

Sol Quesada

ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

**CUADERNOS
CONSEJO EDITORIAL**

Presidente

D. Enrique de Sendagorta

D. Horst Albach (Universidad de Bonn)
D. Rafael Alvira Domínguez (Universidad de Navarra)
D^a Reyes Calderón Cuadrado (Universidad de Navarra)
D. Tomás Calleja Canelas (Presidente de Fiatlux)
D. José Luis Carranza Ortiz (BBVA)
D. Ricardo Crespo (Universidad Nacional de Cuyo y Universidad Austral)
D. José Antonio García-Durán (Universidad de Barcelona)
D. Santiago García Echevarría (Universidad de Alcalá)
D. Agustín González Enciso (Universidad de Navarra)
D. Nicolás Grimaldi (Universidad de París-Sorbona)
D. Alejandro Llano Cifuentes (Universidad de Navarra)
D. Enrique Martín López (Universidad Complutense de Madrid)
D. Miguel Alfonso Martínez-Echevarría (Universidad de Navarra)
D. José Manuel Morán Criado (Consejo Económico y Social de España)
D. Leonardo Polo Barrena (Universidad de Navarra)
D. Rafael Rubio de Urquía (Universidad Autónoma de Madrid)
D. Alfonso Sánchez Tabernero (Universidad de Navarra)
D. Eugenio Simón Acosta (Universidad de Navarra)
D. Alejo J. Sison (Universidad de Navarra)
D. Guido Stein (IESE)

Director

D. Agustín González Enciso

Subdirector

D. Alfredo Cruz

Editoras

D^a Marina Martínez

D^a M^a Cristina Bozal

Editor Asociado

D. Iñaki Vélaz (Vialogoscopia)

Los Cuadernos recogen ensayos sobre temas relacionados con la empresa y el mundo de las humanidades. Son escritos de empresarios, académicos y miembros del Instituto.

CUADERNO N^o 106 Octubre de 2008

© Instituto Empresa y Humanismo. Universidad de Navarra

31080 Pamplona. España

e-mail: cbozal@unav.es y marina@unav.es

[http:// www.unav.es/empresayhumanismo](http://www.unav.es/empresayhumanismo)

Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S. A.

ISSN: 1139-8698

Depósito Legal: NA-638/1987

Diseño y producción: IDAZLUMA, S.A.

Impreso en España

ÍNDICE

Introducción	7
1. Noción de arquetipo	11
a) Idealismo realista	14
b) Arquetipo como valor personificado	17
c) Enemigos del arquetipo: individualismo, conformismo	21
d) Anti-arquetipo	24
2. Personalidad y arquetipo	27
a) Personalidad	28
b) Arquetipo y formación de la personalidad	29
c) Arquetipo multi-referencia	32
d) In-tangibilidad y arquetipo.....	36
3. Arquetipos del ser	41
a) Físico.....	41
i) Figura	44
ii) Presencia	45
iii) Expresión corporal	46
b) Inmaterial	47
i) Inteligencia	49
ii) Memoria	52
iii) Voluntad.....	55
iv) Corazón.....	60
v) Carácter.....	64
vi) Perspectiva	66
c) Relación	70
i) Materia	72
ii) Personas.....	74
iii) Espacio/tiempo	79
d) Estilo.....	82



4. Arquetipos del actuar. Ámbitos	85
a) Personal.....	88
b) Familiar.....	91
c) Amistad.....	92
d) Profesional	94
e) Social (R.S.I.).....	95
f) Público (R.P.I.)	99
g) Integración de ámbitos	100
5. Construcción de arquetipos	105
a) Búsqueda.....	108
b) Elección	112
c) Adaptación	113
d) Superación	115
e) Re-elección.....	116
f) Convivencia	118
6. Tipos de arquetipo.....	121
a) Denso	121
b) Atemporal.....	124
c) Explícito	126
d) Público.....	128
e) Global	130
7. Efectos del arquetipo.....	133
a) Medida.....	134
b) Atracción	134
c) Apoyo	136
d) Aceleración.....	137
e) Elevación	138
f) Inspiración.....	141
g) Iluminación	142
8. Conclusiones	145

Nota Biográfica

Sol Quesada Blasco es licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid. PDD por el IESE de Madrid. Actualmente cursa el Máster en Cultura y Gobierno de las Organizaciones en el Instituto Empresa y Humanismo de la Universidad de Navarra.

Su desarrollo profesional se sitúa en el área de Control de Gestión e Información para la Dirección, en donde ha ocupado el puesto de *Controller* para diferentes empresas y sectores: energético, universitario y actualmente publicidad.

Su experiencia docente abarca asignaturas como Control de Gestión en la *European Business School* (EBS) o Contabilidad en el Instituto de Estudios Bursátiles (IEB) en Madrid. También ha desarrollado un curso *on line* sobre Presupuesto.

Ha publicado un ensayo, *i-Management. La ilusión en el gobierno*, así como diversos artículos y colaboraciones en revistas especializadas en el desarrollo de personas.

Sus intereses y su práctica empresarial la sitúan entre números y personas; entre la exactitud y la flexibilidad; entre la gestión económica y la antropología.



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

INTRODUCCIÓN

A quién se admira. A qué se aspira. Cuáles son los ideales que mueven. Qué referencia informa la mente. Con quién se establece comparación. Hacia dónde se apunta.

Todos, de forma más o menos consciente, poseemos un modelo que idealizamos, al que tendemos, con el que convivimos. La elección del arquetipo debe ser reflexionada y libre. El modelo existe siempre, más o menos nítido en la mente, y ocupa un espacio interior. Cooperamos tanto en el establecimiento de líneas estratégicas como en los planteamientos tácticos y operativos.

Los arquetipos basura dirigen hacia la autodestrucción. Con los valiosos, el modelizado es capaz de mejorar; al menos, tiene una oportunidad. La contemplación del modelo exige y desarrolla. Es una apuesta por uno mismo, por el desarrollo personal, profesional, ciudadano, amigo, etc. Junto al prototipo se asume el reto del no estancamiento, de la mejora continua. El avance se hace creíble cuando se apoya en el prototipo real y demostrable. Existe crecimiento sólo cuando se encuentra un ideal y se toma como referencia.

Muchos se conforman con ser reyes de su reducido entorno, donde se sienten cómodos, con metas ya alcanzadas, instalados en la seguridad de situaciones experimentadas de antemano. Todo previsto, ningún riesgo que perturbe una aparente paz mal entendida y cortoplacista, sin salir de la agotadora rueda que siempre gira en la misma dirección a idéntica velocidad, sin salir de un camino marcado con el surco de la monotonía inhumana.

Las referencias externas son necesarias como nuevas fuentes que despiertan el interés y que sonrojan al detectar diferencias surgidas en



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

la comparación. Cada uno con su estilo, su ritmo y manera, pero nunca conformes con el nivel alcanzado, por muy alto que éste sea. Jamás atrincherados en el estuche cómodo que arruina el propio potencial. Sin perderse en comparaciones martirizantes e inútiles, es aconsejable tener presente la referencia del *otro*; ese *otro* mejor que puede siempre encontrarse. Reconocer el *yo* mejorable, susceptible de cambio y el *tú* ejemplar, que ha completado ya su desarrollo en determinado aspecto. Sin referencia se pierde pie, aun en medio de tanta seguridad externa aparente. El absoluto posee un valor por sí mismo, pero se completa con el relativo. El propio mundo interior sólo se comprende en plenitud en el contexto externo.

Elegir bien un modelo no resulta fácil. Es un referente que supera, que es alcanzable; un punto de mira confiado, un objetivo animante al que aspirar. El modelo elegido por cada uno dice mucho de uno mismo. *Dime qué arquetipo has elegido y te diré quién eres*, podríamos aplicar en este sentido el conocido refrán. O, más bien, *quién llegarás a ser*.

Fijar la meta en niveles superiores supone modificar el estatus; pasar de ser el mejor de los mediocres al peor de los mejores. Pero esa situación evoluciona, porque esas referencias impulsan a la mejora. La aparente bajada de nota no hará sino alentar al crecimiento, al esfuerzo adicional. Con el tiempo, se vuelve de nuevo, con satisfacción, a una nota superior dentro de un círculo virtuoso de mayor exigencia inducido por el arquetipo.

El modelo invita a arriesgarse a ser mejor, a salir de la mediocridad, que es un pacto con uno mismo. Es una decisión personal. El arquetipo es oportunidad de futuro.

La relación virtual con el modelo proporciona una vinculación que impulsa a la superación. Se trata de un haz invisible pero real; transparente pero fuerte; libre aunque, de algún modo, necesario; alejado aun-



que cercano; exigente y deseado. La tendencia al modelo nos libera de la postración ante el yo enfermizo y recurrente que asfixia los grandes ideales. El modelo incita a lo mejor y posible, no sólo teóricamente realizable sino efectivamente culminado por otro. Es empuje necesario tras las diferentes *paradas antropológicas* que pueden sufrir los humanos en:

- La inteligencia, al dejar de admirar y de aprender de otros.
- La voluntad, al dejar de empeñarse en metas valiosas.
- Los sentimientos, ante la invasión del subjetivismo y conformismo.

La persona que elige un arquetipo y tiende hacia él reduce el riesgo de apoltronarse en su ser alcanzado e imprime en su vida una cierta tensión beneficiosa que implica desarrollar lo mejor que tiene en su interior.

Arquetipo es la sombra donde se toma aliento en un camino tórrido. Lluvia de ideas en la sequía intelectual. Manta que abriga del frío afectivo. Impulso que moviliza voluntades yertas.

La relación virtual con el modelo sustenta el buen hacer, impide la caída libre hacia la comodidad o el giro lento hacia el minimalismo antropológico. Un buen arquetipo es:

- Fuente fresca donde se acude ante la sed de ideales personificados.
- Estímulo desde lo más profundo del ser.
- Guía segura en el desconcierto ante ejemplares nocivos.
- Piedra firme en el canchal.
- Estela que ayuda a mirar fuera de nosotros mismos; liberación del yo enemigo.

Los modelos no son pasarelas de bellezas caducas, ni anuncios vacíos de contenido. Son personas interiormente cercanas y afines, que se muestran como ejemplares por la parte común compartida y se com-



plementan por la zona de vacío a cubrir. Sería grave no detectar ningún área zona de mejora. Para abandonar el refugio de la comodidad del propio viejo estatus que, más que proteger, inclina al precipicio de la inercia, es preciso encontrar referencias que iluminen la mente, animen la voluntad y muevan los sentimientos hacia sueños realizables. Con la guía y compañía de arquetipos válidos.

Estas líneas pueden constituir una oportunidad para la reflexión en primera persona. Todo individuo guarda en su interior modelos más o menos explícitos de los que es más o menos consciente. Es protagonista o paciente. El presente estudio trata de ayudar a explicitar los modelos enterrados en la cabeza del lector.



1. NOCIÓN DE ARQUETIPO

Se parte de la definición de *modelo* de la Real Academia Española: *arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo*. La definición de *referencia* ilumina el concepto: *base o apoyo de una comparación, de una medición o de una relación de otro tipo*.

Arquetipo no es la copia del adocenado. Tampoco es ingenuidad disfrazada de ideal. En absoluto se refiere a moldes rígidos donde acoplar forzosamente la propia forma. Evidentemente, no se trata de acudir a referencias ajenas ante la falta de propia identidad.

Sólo los humanos son capaces de abstraer rasgos de otro y captar la conveniencia para su aplicación a la propia realidad. El descubrimiento del arquetipo constituye una oportunidad de enriquecimiento de la personalidad. El desarrollo humano se apoya y toma impulso en los referentes libremente elegidos. La definición, adaptación y personalización es tarea ardua pero altamente rentable y necesaria para que el modelo elegido constituya un valor no sólo posible sino real. Exige, por parte del modelado, un esfuerzo intransferible para conseguir fijar el objetivo y, posteriormente, alcanzar el fin.

El prototipo ofrece:

- Metas conseguidas por otros que se hacen posibles, cercanas y apetecidas.
- Modos de hacer ajenos, que se descubren superiores a las propias prácticas, hasta ahora indiscutidas.
- Formas de relacionarse de otras personas que abren ventanas insospechadas.
- Voluntad férrea que no se aplaca hasta conseguir su fin.



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

- Corazón probado que muestra el enorme potencial del mundo afectivo.
- Figuras cuidadas y atractivas que animan al cuidado del cuerpo en su justa medida.
- Ejemplaridad en fines y medios.
- Modos de relacionarse con las cosas que increpan al *saber tener* ante la publicidad agresiva.

Es como si la riqueza del ejemplar se desbordase y el efecto de esa cascada generase fuerza en otros por su carácter intangible.

Se trata de no partir siempre de cero, sino de construir a partir de lo que otros han desarrollado para que el propio avance sea más rápido y eficaz. Si bien es cierto que no existen dos personas iguales, sí se reconocen:

- Rasgos ajenos que sugieren ser incorporados.
- Actitudes que animan a ser imitadas.
- Integridad que interpela a la propia coherencia.
- Enfoques novedosos que enriquecen los propios.

Se podría resumir en: capacidad de aprender de otros. La vida en sociedad, la cultura compartida, la comunicación tan potenciada de nuestro tiempo conducen a mirar a otros para extraer lo mejor de ellos, para no considerarse cada uno como elemento aislado.

La persona, sin referencias, se pierde. Además de las coordenadas espacio-temporales, necesita ejemplos vivos cuya personalidad y actuación guíen a otros en su recorrido hacia ellos mismos. Posee mayor carga de humanidad el que toma en cuenta a otros que el que se aísla para no ser influido por nadie en una absurda carrera hacia una originalidad mal entendida. La actitud de recelo hacia todo lo que no es cosecha propia rebaja la categoría de quien así actúa. Se empobrece quien



rechaza las enseñanzas ajenas, quien desprecia lo exterior por el simple motivo de no provenir de él mismo. Es más humana, por tanto, la actitud de apertura a otros que la defensiva aislante.

La sociedad, desde siempre, está organizada de forma consecutiva y complementaria en una concatenación de actividades donde todo se entrelaza. No es caos sino urdimbre viva donde cada uno ocupa su posición siempre dependiente de los demás. Los modelos de los que aquí se va a tratar impelen a elegir la posición futura con la certeza de que es posible porque se comprueba hecho ya vida en otro.

El arquetipo no sólo indica la meta sino también el camino. No sólo el *qué*, también el *cómo*, el *porqué* y *con quién*. Siempre es sugerencia, nunca imposición. Aporta el realismo de una posibilidad realizada entre múltiples. Es experiencia valiosa si se traslada sabiamente a las circunstancias personales.

Un paso atrás se puede detectar y recuperar sólo cuando se es consciente del retroceso y esto ocurre exclusivamente cuando existen referencias. Cuando éstas faltan, la desorientación es total: al no pretender nada, nada se obtiene y nunca se rectifica el rumbo porque cuando no se ha definido la meta es bien sabido que cualquier camino y velocidad son válidos.

Son múltiples los ángulos desde donde se aprende del arquetipo:

- Objetivos propuestos.
- Consecuciones.
- Modo de conseguirlos.
- Confianza en sí mismo.

El apoyo puede ser, pues, tanto en la meta como en la manera de alcanzarla, en la actitud, en el proceso y en el final. La imitación es más cualitativa que cuantitativa.



Cuanto más importa el fin, más claro se tiene el prototipo y viceversa: éste ayuda a definir y clarificar la meta. Se invertirá, por tanto, un mayor esfuerzo para conseguir ese preciso punto de llegada.

a) Idealismo realista

Es preciso ser prácticos, pero sin que falte una pequeña dosis de idealismo. Junto al qué se es, qué existe alrededor, se encuentra, en un plano antropológico superior, qué se quiere llegar a ser, hasta dónde se es capaz de alcanzar.

Para optimizarse a sí misma e incluso para sobrevivir, la persona necesita un motivo para movilizarse, que significa abandonar la posición más cómoda a la que siempre se tiende. Se requiere algo por lo que vibrar.

Un individuo sin ideales es alguien plano, cuya vida transcurre sin apenas alicientes; que se limita a describir lo que acontece en el instante –mucho más miope que el presente, que contiene todos los tiempos– o como mera sucesión de acontecimientos ciertos y evidentes sin espacio para la inventiva creadora.

Existe una manera alternativa mucho más rica de concebir la vida: la de quien alberga en su interior ideales en los que se siente protagonista y que considera posibles porque él mismo impulsa su realización. Bien distinto del lunático, que se sitúa excéntricamente fuera de la realidad. El soñador, sin embargo, se propone a sí mismo –y también al otro– metas valiosas hacederas.

La empresa –y la sociedad en general– se encuentran anémicas de idealistas que promuevan objetivos altos. Sin ideales finalizaría la civilización, porque el hombre desconocería por qué se encuentra en el mundo. Sin ideales, nos miraríamos tanto a nosotros mismos que aca-



baríamos asqueados por el sinsentido. Sin ideales, la persona queda paralizada.

El idealista va siempre de ida –nunca de vuelta– y se dirige siempre al futuro.

Pero el idealismo ha de ser, necesariamente, realista, ha de situarse en la esfera de lo posible. Debe comprobarse en la práctica que su mezcla en dosis adecuada capacita al individuo para adentrarse en su biografía más excelsa.

En el mundo actual, en el que predomina la visión cuerda y reflexiva, se echan de menos *quijotes* que viertan su romanticismo sobre tanta sensatez anestesiante de las mejores energías humanas. Los cabales radicales necesitan ser deslumbrados por destellos de utopía que renueven el contenido de sus pulmones asfixiados por el aire viciado, reciclado hasta el infinito, de lo previsto e inamovible.

Una parte de la persona se escapa de la racionalidad a ultranza. En multitud de ocasiones, esa vertiente no medible es la impulsora de las grandes gestas, también cotidianas. Se precisan esas gotas mágicas que despiertan el talento dormido.

Los excesivamente teorizantes fatigan con sus máximas tan poco prácticas que, como mínimo, roban el valioso tiempo cuando no desaniman por su incapacidad de aplicación. El enfoque atrevido de quien está ilusionado descubre nuevas posibilidades; aunque tan sólo se logre alcanzar un bajo porcentaje de lo propuesto, supone un avance respecto a la ruta y ritmo naturales.

El no-idealista se sitúa en un punto fijo; el idealista se posiciona en un punto, pero como resultante de diferentes movimientos a veces opuestos (derecha-izquierda, arriba-abajo, etc.). El resultado de estas fuerzas diversas es una coordenada superior. La vida que plantea el idealista es siempre movimiento hacia delante.



El excesivamente sensato se empecina en los resultados de antemano conocidos, por ya experimentados. El soñador, por el contrario, aprovecha cualquier atisbo de novedosa consecución para iniciar su viaje, que le llevará lejos aunque se arriesgue a un final incierto. El abandono del terreno firme de la razonabilidad a ultranza es condición imprescindible para aventurarse a actividades no tan programadas.

El totalmente práctico no arriesga nada y, por tanto, según el principio básico empresarial, no obtiene ningún beneficio. Quien elige cierta utopía apuesta, no por la ruleta rusa, sino por la generación de espacios de posibilidad; así creará oportunidades, algunas de las cuales se harán efectivas.

El espíritu aventurero sale de sí mismo para dialogar con lo desconocido en entornos menos cómodos. Es imprescindible una mínima plataforma de convicción personal desde donde lanzarse sin perder la propia identidad. Valora como positiva la veta utópica de la incertidumbre por la carga potencial de posibilidad que en ella se encierra. Lo dominado pierde interés ya que el ser humano requiere continuas metas nuevas que remueven el esfuerzo, ya que sin objetivos no es posible mantener el paso.

El hombre no es medible en su totalidad; existe una parte inmaterial que supera cualquier intento de cuantificación. Esa parte inexplicable es la que, en multitud de ocasiones, constituye un trampolín para lanzarse al vacío. La satisfacción experimentada en ese salto es origen de los impulsos siguientes. Aprovechar la zona irracional de la persona es signo de inteligencia. Fomentar con la razón metas alcanzables es un deber de cada individuo consigo mismo; para ello ha de contar no tanto con sus habilidades actuales como con la potencialidad de las futuras. La cabeza debe imaginar en todo momento el futuro. Sólo soñando se pondrán los medios para su consecución.



Arquetipo es la idea convertida en realidad. Uno se identifica con aquello que quiere llegar a ser. Se escoge la parte positiva y se desestima el porcentaje de fracaso. Esta actitud, sin duda, multiplica las posibilidades de éxito. El prototipo aporta, a la vez, esperanza y realismo. No se trata de teorías pendientes aún de demostración, sino de metas altas convertidas en realidad.

b) Arquetipo como valor personificado

Es de gran ayuda conocer ejemplos vivientes que encarnen, aunque parcialmente, los propios ideales.

La dirección por hábitos, cuyo máximo representante es el pensador español Fernández Aguado, propone comportamientos no sólo conocidos y aceptados en la teoría sino implantados de modo estable en la vida de las personas. El arquetipo, en este sentido, ayuda a la incorporación de valores porque propone ejemplos atractivos que animan su seguimiento. Se trata de mostrar personas que los han adquirido y que así los hacen asequibles. Además, muestran un camino posible, quizás no el único, y aportan indicios que despistan a los que se proponen metas similares.

El modelo muestra un hábito alcanzado por otro en plenitud. Refleja el esfuerzo rentabilizado. Elimina el rechazo a lo aparentemente inexpugnable porque ha sido superado. Por otra parte, como no existen dos personas ni dos situaciones idénticas, el arquetipo no anula a los intrépidos. La sana intriga acerca de la propia trayectoria supone una referencia de peso que asegura las promesas que ofrece un proyecto. El futuro incierto propio se contrarresta con el pasado cierto ajeno. Se aprovechan las apuestas ganadas por él. La posibilidad propia se apoya en la consecución ajena. La amenaza del desaliento se diluye al considerar sus consecuciones. La distancia del final del trayecto se acorta



al palpar cercana la llegada del otro. La pendiente se suaviza al conocer el recorrido y el final del ejemplar. La dureza del esfuerzo se dulcifica cuando se comprueba que no se es único. La meta conseguida por otro es una invitación a acceder al resultado. Se entiende, en este contexto, como *rasgo arquetípico el valor personificado en otro que es asumido como objetivo propio*.

Pueden existir y, de hecho existen, multitud de ejemplares. Pero si nadie los descubre ni asume como favoritos e imitables, se quedarán en simples potenciales de modelo y, por tanto, en posibilidades no actualizadas.

Es un tipo de relación que humaniza porque se sitúa en la conexión más profunda entre personas. Se pone en juego lo más excelso del individuo: la capacidad de mejorarse a sí mismo. Sin embargo, también posee la alternativa de rebajarse más o menos inconscientemente. El modelo, como valor personalizado, invita a focalizar el interés en lo más espiritual, en lo diferencial de la persona: el espíritu.

Hábito es el valor asumido. Todo valor es preferible a su contrario. Existen valores de muy diverso tipo. Son válidos los siguientes ejemplos de valores aplicables a distintos ámbitos: integridad, laboriosidad, sociabilidad. Una lección teórica es mucho más difícil de aprender que un ejemplo práctico. Lo hecho vida no requiere palabras ni largas explicaciones. El ejemplo habla por sí mismo, convence, argumenta; es, en definitiva, autoexplicativo. La ejemplaridad arrastra como un imán potente ante un modelo conocido directamente o por referencias. Para quien duda, el valor vivido por otro descubre una senda clara y animante. La confianza en un hecho palpable es evidentemente mayor que en uno prometido. Es seguridad reductora de inquietudes.

Existe un fondo en parte común a toda persona, en su estrato más profundo, compuesto por incertidumbres, reacciones, tendencias, bús-



queda de finalidades, motivaciones, etc., aunque varíe en su contenido. Esa base antropológica es la que permite establecer relaciones válidas y homogéneas. La semejanza entre los seres posibilita el aprendizaje en lo diferente. En estas lecciones entre humanos no caben planteamientos mecanicistas que anulen la parte espiritual de la persona.

El individuo necesita referentes para situarse y establecerse bien a nivel de tangibles, intangibles, sistemas, organizaciones, etc. Es cada uno quien los adapta y quien es capaz, con su inteligencia, de acoplarlos para la propia superación. La adaptación del modelo es más inmediata, sin duda, cuando el modelo es una persona, o cierto aspecto de ella. No existe apenas trasposición. Se presentan ante nosotros de modo nítido como imitable en su conjunto.

Ante un buen modelo, se superan casi de un sólo impulso, inconsciente, todas —o gran parte de— las barreras. Se abren puertas en la mente, donde los mejores proyectos ven la luz o son abortados. Se potencia lo mejor del modelizado en su actitud de aproximación a los valores comprobados en el arquetipo: arroja certeza, no es necesaria la fe porque se accede a su comprobación directa. Su realidad sustenta la posibilidad. Lejos de mitos inasequibles, ofrece valores posibles.

Renunciar a definir arquetipos reduce las posibilidades de desarrollo personal. Porque, por su naturaleza social, el hombre requiere el contacto con sus iguales para llegar a la plenitud a la que tiende. Se enriquece en la medida en que contacta con la zona superior del otro y se deja impregnar por ella. Lo intangible, como es sabido, no disminuye al ser compartido, antes al contrario, se perfecciona y aumenta en su división. Cuanto más conocido y transparente sea el valor, más fuerza de atracción ejercerá.

Se descubren prototipos en la medida en que la mirada alrededor sea plenamente humana: amplia, profunda y con interés en descubrir lo



mejor en los demás. Visión atenta que aprende, calibra detalles, es capaz de trascender, abstraer, alejarse para obtener perspectiva. Mirada generosa para advertir la bondad ajena. Ojos que captan exclusivamente lo interesante, lo que aporta valor. Filtro que traspasa lo mejor del otro. Y así se llega a otra definición de arquetipo, desde la perspectiva del modelizado: *mirada atenta que es capaz de descubrir y aprender de otros para incorporarlo*. Es un viaje al interior de uno mismo, desde el *no ser* al *ser* en algún aspecto; de alguna manera se actualiza la potencia. En este caso se trata de un trayecto con acompañante, elegido, ameno, que sosiega la inquietud interior. Viaje irrenunciable e intransferible, con una meta bien definida, sin estación de llegada porque en realidad no se alcanza nunca a la plenitud. Y sin billete de vuelta porque no queda espacio a la renuncia del ideal.

La inteligencia permite al hombre pensarse a sí mismo, imaginar cómo quiere llegar a ser antes de hacerlo realidad, en diferentes aspectos. Esta capacidad superior le permite ir por delante de los acontecimientos, dirigiéndolos en el sentido deseado antes de que se produzcan. El humano que vive una vida exclusivamente sensitiva se limita a conocer, en el mejor de los casos, lo que ocurrió. El arquetipo es el modelo al que se aspira a llegar, representado en una persona que ha pisado ya ese camino, por lo que es más fácil, junto con él, trazar el propio sendero. Esa aspiración, con una visión ética y algo más profunda, no es sólo una posibilidad sino una exigencia inapelable.

Como todo esfuerzo que exige rédito, se trata de una renuncia actual para obtener un beneficio futuro. En la medida en que la convicción es segura se apuesta y es entonces cuando se regula todo en orden a su consecución.

Quien admira modelos atractivos acogerá el esfuerzo para acercarse a ellos con ímpetu arrollador o, al menos, con constancia imperturbable. Se toma fuerza de su impulso porque son capaces de mover la pro-



pia voluntad; su pensamiento despierta intelectualmente el nuestro; anima a querer lo que él disfruta; invita, a la vista de sus hábitos operativos, a implantarlos; vincula a los mismos sentimientos que él cultivó.

c) Enemigos del arquetipo

Existen actitudes mentales que facilitan el hallazgo y la adhesión al arquetipo, mientras que otras lo dificultan. No depende tanto de la abundancia de modelos como de la mentalidad proclive al aprendizaje.

Dos de los cristales borrosos que impiden o al menos reducen las posibilidades de descubrimiento de modelos válidos son el individualismo y el conformismo.

Individualismo. Es actitud inteligente la de quien reconoce que algo exterior al sujeto pensante es capaz de aportarle. El individualismo radical rechaza cualquier referencia diferente de uno mismo. Es el caso de personas que equivocadamente cifran la libertad en la falta de referencias, sin otro modelo que su mismidad. Esta reflexividad excesiva por exclusiva reduce enormemente el punto de mira y, por tanto, la posibilidad de crecimiento. Cuando exclusivamente se admite el propio enfoque, el razonamiento se estrecha y se hace rígido.

Es menos libre quien prescinde absolutamente de referencias. La persona es un ser en relación con otros y está, quiera o no, posicionado con respecto al otro. Es más, gran parte de su conocimiento propio se produce a través de otros. Esta desvinculación empobrece la visión al rechazar cualquier opinión ajena. El reconocimiento de lo exterior a uno no sólo no es perjudicial sino que es guía para descubrir la propia identidad. El propio conocimiento se enriquece con distintas perspectivas: algo conocido de modo superficial e incompleto se enriquece con una nueva referencia, con el nuevo enfoque del ejemplar.



Quien cae en el individualismo exagerado se precipita en un pozo profundo y estrecho donde no percibe la riqueza de lo exterior ni supera lo que apenas alcanza con su mano. La autonomía extrema es miopía que sólo percibe lo más próximo, que se alcanza con los propios medios. Existe un tope en el inicio, ya desde el planteamiento inicial. Sin embargo, cuando se confía en los éxitos ajenos previos, es posible planear aventuras interesantes y desarrolladoras.

Las perspectivas ajenas son muletas que abren nuevas opciones. Su visión, tamizada por nuestra inteligencia, completa la propia. Toda comparación aporta coordenadas que ayudan a posicionarse en una existencia mejorada, con fines y modos de hacer de mayor alcance. El individualista a ultranza se contempla a sí mismo como único en su especie y por tanto inmejorable ante la falta de comparación. Es aconsejable un sano *benchmarking* para no llegar a ser el mejor entre nadie. Una vida excesivamente comparativa no es vida, pero no existe verdadera existencia sin comparables. Los verbos en primera persona constituyen sólo el inicio de la declinación.

El desvinculado de todo y de todos permanece en una realidad que no existe, porque siempre hay cierta relación con los demás. Cuanto más se concentra en sí mismo, despreciando el entorno, más se separa de su propia identidad. Excluir referencias es de alto riesgo porque conduce a un aislamiento al menos sospechoso cuando no empobrecedor. Es preciso conseguir la mirada sana y enriquecedora hacia el interior de uno mismo sin prescindir de los demás. Mirar hacia fuera para aprender; tomar ejemplo es signo de inteligencia, de conocer bien la realidad y la potencia humanas.

Sólo los excesivamente inseguros se encierran en su caparazón para parecer más fuertes. En cambio, los de personalidad enriquecida, otean y descubren en otros medios para la propia mejora.



Conformismo. La adopción de modelos huye del conformismo antropológico. Existen acciones que uno se ve obligado a ejecutar por su urgencia, necesidad o por su habitualidad, en las que no se explicitan los motivos originarios. Alguien espera una respuesta por nuestra parte y eso basta para iniciar el movimiento, aunque resulte costoso. La motivación proviene de alguna manera desde fuera. En otras ocasiones, menos evidentes, la persona necesita una razón intrínseca para iniciar ese esfuerzo.

Al ser humano le persigue la fatiga tras su actuar. No se trata de una teoría, sino de una experiencia repetida y comprobada. El recuerdo de ese cansancio hace plantearse ante cada actividad, de una manera más o menos explícita, la *ratio* coste-beneficio.

El modelo facilita el vencimiento de esta resistencia al inicio del actuar debido a que:

- Se centra en la consecución que obtuvo el ejemplar. Trae a la mente el final feliz y no tanto el duro camino, con los riesgos de toda andadura y las dificultades de la travesía. Éstas se reducen a anécdotas para comentar, a algo divertido.
- Constata que ha sido posible. El modelo arrebató utopías irrealizables. Demuestra que no sólo es posible sino que ha sido realidad y, por tanto, incrementa nuestra posibilidad de obtención.
- Comprueba la rentabilidad del objetivo. En el modelo, el beneficio resultó mayor que el coste y por lo tanto se trata de un esfuerzo ventajoso. Sin buscar un coste cero irreal, se encuentra una compensación razonable a la fatiga inevitable.

Uno de los riesgos sibilinos que acechan al ser humano es el conformismo, enfermedad que puede llegar a ser grave si no se diagnostica a tiempo y que consiste en dar por óptimo el nivel conseguido. Es inevitable notar sus síntomas si la única referencia es uno mismo, ya que



eleva el propio nivel implica plantearse un salto hacia lo mejor que está fuera de él. La búsqueda de referencias es, por tanto, vital para plantearse metas altas venciendo la natural resistencia, como medio para alejarse de rutinas que entorpecen el desarrollo del propio potencial. La capacidad humana es como un muelle que el conformista considera al máximo de posibilidades y, por tanto, permanecerá encogido ante la falta de retos.

Asumir las propias limitaciones, gestionando adecuadamente la imperfección, se aleja bastante del conformismo. Las carencias constituyen el punto de partida de los objetivos propuestos: a partir de ellas, se comienza a levantar el edificio.

d) Anti-arquetipo

Un modelo negativo también moviliza, en este caso, en sentido contrario. La observación del contravalor hace añorar el valor. Aunque sea por vía negativa el resultado es favorable, ya que la huida de lo peor acerca a lo mejor o, al menos a, lo bueno, que es camino para lo óptimo. Lo que aniquila el potencial humano es la parada por ausencia de ideales. Cualquier razón para el avance es válida, aunque sea por oposición.

Contactar con un anti-arquetipo tiene implicaciones positivas: mirada atenta, reflexión profunda, decisión de no seguimiento y adhesión de afectos en sentido contrario. Es preferible eso a la ausencia de referencias.

El anti-arquetipo tiene ciertas características de arquetipo. Es líder influyente y marca sendas destacadas. Tiene fuerza, cala en las personas. Su personalidad también es densa. Ejemplar que escapa del común, también lo definen rasgos de originalidad que le hacen destacar entre la masa.



La imagen de lo que se desea evitar ayuda a definir lo que se quiere llegar a ser, como el negativo de una foto que aporta cierta información. El comportamiento no válido en otros contribuye a perfilar el deseado. Su observación es docente.

Esta referencia negativa orienta siempre que se tenga claro el modelo en positivo. Es peligroso, sin embargo, para los inmaduros, porque pueden dejarse arrastrar por su aspecto de bien. No se trata tanto de mirar para otro lado, de ignorarle, como de fijarse para no emprender su mismo camino con el fin de no alcanzar su meta. Observando correctamente el anti-arquetipo uno se sitúa mejor ante el verdadero modelo. Para elegir bien, es preciso conocer todas –o al menos todas las relevantes– las alternativas; pero no sólo sirve como opción rechazada, sino que aporta datos positivos, por oposición. Es un paso más hacia delante en la vía del conocimiento: *Quiero no ser así. Elijo no actuar de esa forma.* Es mejor que nada, que la ausencia de movimiento. Entrar en contacto con el anti-modelo actualiza la potencialidad, aunque no la maximiza.

El anti-arquetipo aporta fuerza por el deseo de contrarrestar sus efectos. Existe también la posibilidad de imitar un aspecto, obviando el resto. Por ejemplo, tomar la forma y cambiar el contenido, o viceversa.



2. PERSONALIDAD Y ARQUETIPO

La R.A.E. define *personalidad* como *la diferencia individual que constituye a cada persona y la distingue de otra*. El ser humano es un misterio que, por mucho que se profundice en él –es un intento de siglos–, nunca se llegará a definir en su totalidad.

A lo largo de su existencia la persona va conformando su forma de ser, que la hace única. No es este el lugar apropiado para determinar porcentajes de carga heredada y de diseño propio. La primera forja se realiza dentro del entorno familiar, que influye de forma decisiva tanto en el primer estatus de vida como en la educación inicial. Constituye la atmósfera natural donde se respira por vez primera, aquella que deja profunda huella en los primeros pasos, más inconscientes que reflexivos, pero definitivos en la personalidad apenas naciente. El individuo puede estar de acuerdo o no con esa herencia primera, pero es un dato de partida incuestionable que constituye la base principal de su posterior desarrollo. Aun con todo, resulta más interesante la personalidad formada de modo más consciente en la juventud y posterior madurez.

Una personalidad bien formada lleva a una vida coherente y planificada en orden a unos objetivos altos y se presenta íntegra en medio del caos y la desorientación. Su pensamiento, aún en espacios procelosos, se traduce en acción.

La personalidad se desarrolla cuando la persona define explícitamente las metas vitales a largo plazo, es decir, su estrategia. Si existe coherencia, lo táctico y lo operativo estarán alineados y cualquier desviación se detectará y podrá corregirse de inmediato. Los *sin estrategia* viven cada acontecimiento a tenor de imposiciones externas, ajenas a su inexistente meta, sin ser protagonistas de su propia vida. En cambio,



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

quienes han forjado su personalidad saben acometer lo que conviene de la manera adecuada y en el momento oportuno.

No parece propio de personas inteligentes, de valía, vivir de las rentas, es decir, de una imagen propia anquilosada, apolillada y desvirtuada por el paso del tiempo. Es necesaria en todo momento una versión actualizada de uno mismo. Esa renovación requiere esfuerzo, objetivos, medios. Surge, en parte, desde la comparación sana y constructiva. El arquetipo ofrece aquí una oportunidad inmejorable para planificar ese *update* personal.

La enorme diferencia entre dirigir y gestionar la propia vida marca un abismo que sólo conocen los que gozan de una fuerte personalidad. Quienes han definido previamente en su estrategia lo que pretenden conseguir son capaces de definir el modo. Y uno de los modos es la elección de arquetipos.

El estado neutro de no influencia no es posible en el humano, ya que éste se caracteriza por definir libremente su fin y su trayectoria desde su propio punto de partida, por decidir con libertad sin dejarse influir por determinadas personas o ambientes. Un individuo sin referencias es un extraño caso de laboratorio, donde se aíslan determinadas condiciones prescindiendo del esplendor y variedad de la naturaleza humana, con toda su potencialidad.

a) Personalidad

En la persona debe existir una perfecta armonía interna y externa. Los excesivamente volcados *hacia fuera* desperdician potencial con su mirada disipada, que es curiosa y no interesada. Bailan al son de músicas de moda de instante. Su escaso peso específico les lleva a no tener nada apenas que ofrecer y, en el mejor de los casos, se limitan a preguntar mediante interrogaciones genéricas sin esperar respuesta, en



lugar de concretas e incisivas con interés por la respuesta. Entretenidos con lo que sucede alrededor, no son conscientes de su pérdida de peso en términos de calidad humana debido a que están muy informados de todo lo irrelevante.

Los excesivamente *hacia dentro* son incapaces de ofrecer una oportunidad para dejarse influir. Superficialmente relacionados con el entorno, consideran lo ajeno como extraño y, con ese hermetismo, no permiten penetración alguna en su interior. Su relación epidérmica con el exterior empobrece de forma notable su estatus. Pueden parecer sus propios reyes, pero en realidad son sus propios esclavos. Los reconcentrados en sí mismos tampoco son capaces de aportar a otros, porque no califican esta actividad como interesante. Precisamente por esa no interacción cada vez tienen menos que enseñar, según la regla interna de los intangibles que, aplicados en sentido contrario al habitual, se reducen si no son compartidos.

La interioridad genera personalidades densas, con contenido, con variedad de matices que se desbordan al exterior, enriqueciendo el ambiente. La armonía interna-externa que cada individuo debería proponerse es aquella que, con peso específico propio, está abierta al exterior de modo profundo, de tal forma que capta rasgos ajenos válidos, sin tambalear ni diluir su propia personalidad.

b) Arquetipo y formación de la personalidad

Sólo quienes poseen una fuerte personalidad son capaces de proponerse eficazmente arquetipos con los que enriquecerse más todavía.

Las formas de presentarse el ser humano son, no ya multiformes, sino cuasi-infinitas porque cada individuo posee una diferente. Cada ser es irrepetible; tiene de común la base de la naturaleza pero es inédito en la forma concreta de ser él mismo. La adopción de modelos es



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

posible gracias a la naturaleza humana, que se realiza de ese modo específico en cada individuo. Cada persona no agota la humanidad, por lo que siempre es posible acceder a algo más y mejor o, por lo menos, diferente, no por una insaciabilidad absurda sino porque la felicidad humana está en relación con el máximo desarrollo posible.

La personalidad se puede forjar en el individuo de forma consciente o irreflexiva. En el primer caso, más interesante por más humano, uno se define a sí mismo como lo que quiere ser y, en esa declaración, el arquetipo es vital.

El seguimiento de modelos aumenta el propio peso específico. Las personalidades fuertes no se desvían porque saben lo que quieren y, con el objetivo nítido, son capaces de descubrir modelos útiles que les ayuden a alcanzar lo propuesto.

A los *sin personalidad* se les impone desde fuera arquetipos que no han sido previamente filtrados por el individuo. También los inseguros están abiertos, pero se trata de una apertura inmadura que no hace más que dañar la personalidad, todavía no suficientemente formada. En este último caso, es un copiar externo poco inteligente, una fotocopia inerte poco humana. Los que aparentan fortaleza e independencia y rechazan los modelos externos, se aferran a sus propias seguridades. Los de escasa inteligencia carecen de categoría suficiente para apoyarse en otros. Los suspensos en voluntad quedan marginados del enriquecimiento en los demás porque nunca han experimentado el bienestar que proporciona salir de uno mismo en busca de lo mejor del otro para asimilarlo al propio estilo.

Sólo una personalidad fuerte se atreve a seguir un modelo; sólo los muy seguros de sí mismos se abren a otros para recibir aportaciones de calidad. Sólo quienes conocen bien la naturaleza humana, su propia forma específica de ser, y pretenden avanzar en su desarrollo antropo-



lógico, captan la conveniencia de acudir a arquetipos y se fían. La elección adecuada de referentes sólo es posible en personalidades arraigadas y profundas, con alta capacidad de humanidad. Es propia, en definitiva, de personas que realizan una labor de artesanía en su cabeza y en su corazón.

A más personalidad, más coherencia, más cuidado en la elección de estrategias y arquetipos, más esfuerzo por acercarse al modelo libremente elegido. El descubrimiento de un modelo adecuado implica avanzar muchos pasos en el largo camino del desarrollo personal. La fuerza virtual de atracción modifica formas de ser, sentimientos, ritmos, conductas y paradigmas. Los espíritus abiertos que guardan grandeza en su interior no dudan en buscarlos y, si los encuentran, se apresuran a aprender de ellos.

Los individuos con más personalidad dedican más espacio interior al arquetipo elegido. Su inteligencia alcanza a descubrir que es preferible elegir conscientemente a seguir pautas que otros imponen de modo clandestino pero dominante. Existe siempre un ejemplar, nítido o borroso, expreso o tácito.

El apoyo en el modelo, lejos de anular la personalidad, la enriquece siempre que sea adecuado tanto el prototipo como su seguimiento.

Sólo una personalidad bien formada es capaz de:

- Conocerse a sí misma y reconocer explícita y concretamente *gaps* y aspectos mejorables.
- Tender una mirada atenta en búsqueda de referencias.
- Descubrir la óptima entre múltiples posibilidades.
- Decidir implantarla como modelo para completar la propia personalidad.



- Producir cambios en la forma de ser y actuar en el proceso de identificación con el arquetipo, respetando las especificidades propias.
- Cambiar de modelo si se descubren mejores alternativas.
- Mantener varios prototipos para diversas facetas.

Todos los pasos anteriores requieren altas dosis de personalidad, en el sentido de un conocimiento profundo de quién se es, de quién se pretende llegar a ser y de la eficacia de contar con un adecuado ejemplar.

Cada rasgo elegido, con nombre propio e incorporado, pasa a formar parte de la personalidad. Es algo que se guarda, es como un secreto con uno mismo, aunque también se puede compartir. Pacto renovado ante nuevas personas y circunstancias, o quizás ante las mismas, pero con mirada más penetrante, que descubre novedades en lo ya conocido.

c) Arquetipo multi-referencia

Nadie posee la perfección en el sentido de que todos sus atributos se den en grado supremo. Sí sucede que, globalmente, se percibe de modo excelente a una persona, pero al descender al detalle se encuentran, inevitablemente, aspectos que debe mejorar y que no son imitables. Son grietas en las capas internas o en las más externas que deben cubrirse pero que no dañan a la visión global de ese individuo. Siendo así de limitada la naturaleza humana, no existe un ser que sea imitable en *todos* los aspectos. Por eso se acude al arquetipo multi-referencia, que más que un único modelo es un esquema conceptual a través del cual el propio modelizado extrae de entre las personas que conoce –directa o indirectamente– rasgos que destacan para identificarse con ese perfil, adaptándolo a su caso específico. La inteligencia es capaz, si está atenta, de apropiarse mentalmente de un rasgo excelente que descubre y le atrae con fuerza.



La existencia en sí se presenta desordenada, hasta caótica; pero ese desorden es señal de vida. La vida del espíritu, activa en cada persona, escapa también al orden. Los diferentes aspectos que se van captando a través de un libro, del conocimiento de una persona, del redescubrimiento de antiguos conocidos después de una conversación, etc. constituyen multitud de impactos. Se recuerdan los más profundos; los que dejan huella pretenden imitarse; resuenan los que influyen en la propia personalidad. Rasgos de la inteligencia, del corazón, de la voluntad: estilos de actuar y relacionarse, aislados o habituales, que impelen a ser incorporados.

Las posibilidades son múltiples: percepción del mismo rasgo en varias personas, siempre con matices nuevos que aportan riqueza, o bien varios rasgos en un individuo que le hacen diferenciarse del resto. Es una búsqueda continua porque se trata de una actitud, de un modo de relación con el entorno, por lo que nunca se agota ni finaliza. Es un sistema en el que todo se mueve: arquetipos, modelizados y sus relaciones respectivas. Pero es tan natural que no exige procedimientos escritos ni formulaciones explícitas. Esta actitud produce en el interior la flexibilidad suficiente para retener ejemplos valiosos y rechazar los que pierden su atractivo. Es preciso, asimismo, no detenerse en lo vulgar, en lo que no aporta valor aunque le acompañe alguna excentricidad que en apariencia podría atraer pero de inmediato se descubre su oquedad. Lo importante es la línea continua de excelencia que el individuo sigue en su interior.

Muchos –la mayoría– de los arquetipos no sabrán nunca que han sido elegidos como tales, quizás ni lo sospechan, pero el modelizado los reconoce en su interior como maestros en determinado arte. Mérito del ejemplar, pero también del alumno que sabe extraer la mejor esencia de cada persona que conoce y de cada situación que atraviesa.



En un ambiente de perfiles elevados, existe mayor probabilidad de encontrar referencias notables. El perfil alto busca ejemplos más altos para su mejora en algún aspecto. El más bajo busca también los superiores, aunque quizás se conforme con menos altura. Se requiere, de fondo, un constante afán de aprovechamiento del entorno cotidiano, aunque también se encuentran modelos en los libros y en vidas antepasadas. El arquetipo se mueve en un plano real; son vidas vividas que ayudan a vivir la propia vida.

Este rasgo, que siempre es parcial, cobra tanta fuerza en el modelizado que jamás pierde la asociación a un individuo, por muy conceptualizado que aparezca. La fuerza del arquetipo es, precisamente, su vinculación con un ejemplo real, más o menos cercano, pero siempre asequible y animante precisamente por su veracidad. El rasgo se filtra junto con la persona; la identificación con ese *alguien* se encuentra en la misma base del fenómeno de atracción, ya que no mueven los universales sino lo concreto.

En ocasiones, el rasgo seleccionado se aplica a un ámbito diferente del arquetipo; en este caso, el valor añadido (¡libre de impuestos!) es la creatividad. El arquetipo cumple su misión –que quizá él mismo desconoce– de servir como guía de desarrollo para quien detenga su atención en él.

Quien posee un profundo afán de mejora no se reduce a un único referente: cultiva multitud, y sabe administrarlo adecuadamente. Eso es posible porque, al moverse a nivel de intangibles, el coste monetario es cero.

La enorme potencialidad del ser humano origina que no se agoten jamás sus posibilidades de desarrollo, porque todo lo humano posee un carácter de infinitud. La referencia ajena coopera en la búsqueda de nuevos retos.



Cuando se abandonan posturas cerradas al exterior y se abre hacia fuera y, en concreto, hacia los demás, las posibilidades del modelo se multiplican exponencialmente, ya que cada individuo posee una potencia de crecimiento ilimitada. Por tanto, como en matemáticas, la suma de infinitos positivos resulta también infinita; aplicado a la antropología se puede traducir en mayor posibilidad de elección. Al tratarse de una relación entre dos personas, se suman las posibilidades ilimitadas de cada una. Cada individuo, como arquetipo potencial, es un universo de posibilidades para sí mismo y para otros. Es alta la capacidad para el enriquecimiento personal. Quien se encierra en sí mismo, sin embargo, reduce ostensiblemente sus posibilidades de desarrollo al reducir las referencias externas.

El arquetipo puede ser elegido por un rasgo definido o por varios, pero también puede presentarse atractiva su entera personalidad, sin captar en un primer momento singularidades. No deja de ser un modelo válido, aunque para iniciar su seguimiento sea precisa cierta reflexión para identificar las peculiaridades que se muestran imitables.

La limitación humana hace inviable, en la práctica, la existencia de un prototipo que abarque todas las perfecciones posibles, ni siquiera la mayoría. Se aplica, por tanto, el método de aproximaciones sucesivas. Se elegirán aquellos aspectos que interesan de cada modelo para así cubrir todas las facetas. Aunque bien es verdad que unos arquetipos son más perfectos que otros y que pueden encontrarse algunos bastante completos. Estas elecciones sucesivas no tienen por qué plantearse de modo simultáneo, ya que podría implicar una perplejidad paralizante. Según edad, sensibilidad de captación, circunstancias y accesibilidad a los modelos, se presentan las diferentes opciones de forma escalonada y variada, desordenada, nunca única e instantánea. La flexibilidad en la adición y sustitución de modelos permite acceder sin traumas a un amplio espectro ofrecido por la riqueza humana. Es un



proceso ilimitado, que no finaliza nunca, precisamente por la infinitud que encierra el ser humano.

Resulta difícil aislar la causa de atracción de una persona dado que es la resultante total de todas o de gran parte de sus facetas. Convenirá en ocasiones analizar una o varias con el fin de hacer imitable el arquetipo elegido.

La asequibilidad del arquetipo facilita su seguimiento. Inspira confianza y fuerza libre y desinteresadamente. Anima desde su posición de consecuidor. Sin duda, no se puede pretender ser experto en todo ni tener la misma facilidad que se observa en otros. Se trata de complementar las propias habilidades con la fuerza moral de quienes lo han logrado antes, convenciéndonos de que no sólo es posible sino que es probable porque otros han llegado antes y se dispone de los detalles de medios que han sido necesarios para su consecución. Al menos, incrementa la probabilidad respecto a la situación de ausencia de modelo.

d) In-tangibilidad y arquetipo

La composición mental entre tangibles e intangibles que cada individuo mantiene delinea con precisión la personalidad. Por tangible se entiende lo más físico y material, necesario para el ser humano y que comparte con irracionales; pero no es, ni mucho menos, lo más importante. Intangible hace referencia a lo espiritual, que es la zona superior. Al conocer a una persona se puede, enseguida, determinar su proporción de intangibilidad por su razonamiento, nivel de preocupaciones y temas de conversación. Cuanto más alto es el porcentaje de intangibles, la relación se define más profunda y, por tanto, más humana.

Los intangibles arbitran todos los partidos humanos. Es importante la distribución porcentual entre tangibles-intangibles en cada individuo. Existen monstruos humanos en quienes lo inmaterial está reduci-



do a la mínima expresión, donde lo físico invade no sólo la mayor parte sino lo más valioso de la persona. Cuando lo corporal invade el campo sagrado de lo intangible, el hombre desciende escalones antropológicos, tantos en función del grado de invasión. Se resiente, entonces, en todos sus ámbitos.

De esta constitución interna dependerán los modelos elegidos, y viceversa. Desde el esquema mental básico se eligen arquetipos en los distintos órdenes. Pero la elección viene precedida de un paradigma anterior, que es punto de partida y que condiciona –desde el inicio– esa selección y, por tanto, también el resultado final. No es lo mismo equivocarse de modelo en un nivel que en otro. Las elecciones en el área intangible condicionan a la persona en sí, ya que inciden en el centro neurálgico del individuo; el resto de los ámbitos le influyen de un modo más indirecto aunque también real, dado el carácter unitario del ser humano.

La rica composición poliédrica de la persona muestra otros planos, relacionados con lo anterior: los niveles del ser y del actuar. El actuar sigue al ser; la acción dice mucho del sujeto. A su vez, la actuación va determinando el ser porque todo en el humano tiene carácter reflexivo, en el sentido de que todas sus acciones repercuten en él mismo. Todo lo que realiza –y también lo que omite– deja huella tanto en el exterior como en su interior, más o menos profunda. El prototipo del ser posee una mayor incidencia antropológica que el del actuar debido a que afecta al núcleo de la persona. El nivel hace referencia a la relación con uno mismo en su corporalidad, en su intangibilidad o bien en vinculación con otros, ya sean personas o cosas. Todos se encuentran interrelacionados y no de manera lineal sino interactiva. No es posible separar lo material de lo inmaterial, pues la combinación de ambos constituye al individuo como tal.



La distribución del porcentaje materia-inmaterialidad es diferente en cada individuo. Se podría afirmar que hay una distribución media en todas sus actuaciones, aunque en cada una de ellas presente una proporción diferente. Cuando la media es 80% físico, existe una rebaja de la condición humana que reduce la tridimensión antropológica a enfoques bidimensionales. En el ser humano no se capta a primera vista lo relevante en él, lo que mueve todo; constituye un peligro reducir esa imperceptibilidad a lo externo. Lo más valioso permanece velado. Es consecuencia de la peculiar composición material-inmaterial. Lo material refleja el espíritu; éste rige el mundo físico. Lo externo es débil reflejo de las potencias superiores. Al conocer a una persona por primera vez, se obtiene casi de inmediato una radiografía física que la describe con bastante precisión.

En ocasiones, la elección tangible constituye el primer paso para modelos internos de mayor raigambre, siguiendo el modo natural del conocer humano y, por extensión, del seguimiento del arquetipo: desde los sentidos externos a los internos; de lo visible a lo invisible, de lo tangible a lo intangible. Es un primer paso que no secuestra la libertad en decisiones posteriores, pero sí las condiciona y vincula porque todo paso humano deja huella. En el modelo, lo exterior también es expresión del interior. La semejanza externa es ya un acercamiento a la forma de pensar del arquetipo.

Del grado de profundidad con la que uno se acerca al modelo, depende la recepción del número y calidad de los mensajes percibidos. Cabe la proximidad superficial al modelo estrictamente físico pero, aún en el peor de los casos, contendrá ideas que antes o después llegarán a calar en el modelizado. El arquetipo tangible puede constituir, para los más limitados, un fin en sí mismo, aunque no pleno por su propia limitación; o bien puede ser un medio para alcanzar el intangible que se



vislumbra dentro de ese mismo modelo, aunque también se puede acceder al intangible directamente, en los casos de porcentaje alto de inmaterialidad.

Los errores en intangibles son, por su naturaleza, difíciles de detectar y son, precisamente, los más trágicos precisamente por su alta carga antropológica. Lo material en estado puro no existe. Se presentan en la realidad composiciones tangibles-intangibles en diferente proporción. El empeño en seguir el modelo ha de ser proporcional a su nivel antropológico. Así, los ejemplares inmatrimales merecen ser seguidos con mayor exquísitez e intensidad que los físicos.



3. ARQUETIPOS DEL SER

El ser humano abarca muchos niveles en su ser, propiamente considerado (físico e inmaterial) y en su relación con otros (personas, cosas, situaciones). Esto genera un modo, un estilo de ser exclusivo de cada individuo que le caracteriza como específico y único. El perfil del prototipo es diferente en cada nivel e incide de modo diferente en la persona, no sólo por su intensidad sino, principalmente por su profundidad antropológica.

La existencia de arquetipo en el plano físico imprime cierta espiritualidad al mundo corporal. Es la racionalidad aplicada a lo material, que es elevado a nivel humano. El sólo cuerpo sin carga de espiritualidad es inhumano. Lo corporal se encuentra supeditado y dirigido por lo intangible. El mundo físico, externo y aparente pertenece a un orden inferior, a expensas de lo superior.

Cuando lo físico rige casi en exclusividad la vida de las personas, el deterioro antropológico —con todas sus manifestaciones— no se hace esperar. Pueden ser tanto por el extremo de cuidado desmesurado del aspecto externo como, por el contrario, el abandono por indiferencia.

a) Arquetipo físico

En el ser humano nada es neutral, tampoco el plano más físico y material por el modo integrado en que está compuesto. La presencia física dice, y mucho, de la persona, sin ser éste aspecto el más importante. El propio cuerpo es compañero inseparable de camino. Refleja rasgos de la personalidad, emite mensajes, porque forma parte de la persona, compuesta de materia y espíritu. Un físico proporcionado, elegante, agradable y cuidado expresa la forma de ser, la opinión que uno



posee de sí mismo, la imagen que pretende transmitir a los demás, de alguna manera también el concepto que uno tiene de los que le observan. La carcasa exterior es proporcionada a su contenido. En un proceso interactivo, lo externo en ocasiones podría influir sobre el interior.

El nivel físico, una vez cubierta la necesidad, es ayuda y vía para lo espiritual. Es un paso anterior, inevitable, sin el cual lo inmaterial sería inaccesible en la práctica. El nivel físico no agota el ámbito humano, pero es parte integral. Más importante de lo que pueda parecer, constituye el umbral de la persona; es el *hall* de la casa interior. Los aspectos externos hablan de las capas más internas, incluso del núcleo. Predice lo que uno se encontrará en el interior. El cuerpo es la expresión de las ideas. Lo íntimo se exterioriza mediante palabras, gestos, acciones y expresiones corporales. La cabeza rige todo, también lo físico y material.

El aspecto físico, más o menos cuidado, labrado a lo largo de los años, informa sobre el sujeto que encierra dentro: edad, salud, alimentación, deporte, cuidados, autoestima, respeto a otros, etc. El cuerpo, que a todos es dado al nacer, pronto comienza a ser gestionado por cada sujeto y, por tanto, a diferenciarse en su desarrollo no sólo por el punto de partida distinto, sino también por las decisiones que se toman sobre él.

Es la primera impresión que ofrece el individuo a los demás. En las relaciones que se establecen a través de Internet prolifera la imagen, la foto, para completar con el toque personal, humano, el mundo virtual.

La huida de los extremos es importante para alcanzar un fin adecuado al ser humano. Es tan frustrante, antropológicamente hablando el descuido sistemático del cuerpo como la atención desmesurada que nubla otros aspectos prioritarios de la persona. Un razonable canon de belleza en sentido amplio facilita el adecuado desarrollo integral. El



cuidado en exceso del cuerpo emite un mensaje negativo de exagerada inversión en aquello que no es esencial; necesariamente resta fuerzas a otras actividades de mayor rango, en un contexto vital de recursos escasos.

El arquetipo debe promover el desarrollo pleno del modelizado prestando una ayuda eficaz, que no rígida. Esta armonía comienza en el plano físico. La ventaja de este arquetipo es su fácil identificación. La dificultad radica en el resultado no inmediato en el control sobre el propio cuerpo.

Impresiona considerar lo que de común poseen en el plano físico las personas y a la par lo diferentes que resultan, ante la multitud de combinaciones y formas en que se presentan. El ser humano demuestra, también en lo corporal, una alta carga de potencial en su materialidad, lo que supone capacidad de mejora y transformación. Y en mayor medida cuando se propone una meta conseguida ya por otro, como sucede ante un arquetipo. El seguimiento de éste ayuda a mejorar la imagen propia corporal y también la idea que sobre nosotros tienen los demás. El espejo puede resultar animante o, por el contrario, acusador. En este plano físico es fácil captar las limitaciones de partida desde las condiciones naturales individuales, y más cuando se aspira a algo concreto. Las mejoras que nunca llegaron a ser propuestas, jamás se alcanzarán.

Se trata de identificar puntos de mejora a partir de ejemplos ajenos. La imaginación y la abstracción ayudan, pero no cabe duda de que un objetivo hecho realidad en personas concretas –ceranas o no– supone una vía de credibilidad insustituible. La elección de un arquetipo definido es importante para no caer en desviaciones ni excentricidades de modas pasajeras.

La gestión del propio cuerpo ha de ocupar un lugar no tanto en tiempo y recursos como en las acciones que se realizan habitualmente, diri-



gidas en un sentido u otro y, por lo tanto, con un resultado esperado. Sin arquetipo, sin proyecto, es difícil valorar los resultados. Lo importante es avanzar cada día en la buena dirección marcada por el modelo para estar cada vez más cerca de él.

Lo físico en el hombre abarca gran cantidad de facetas. Sin pretender exhaustividad, se proponen aquí tres aspectos, los cuales avanzan en su grado de inmaterialidad. Así, la *figura*, la *presencia* y la *expresión corporal* hacen referencia a distintos estatus de nivel material.

i) Figura

La figura no es 100% manipulable, ni las acciones sobre ella surten muchas veces el efecto deseado. Pero sí puede ser regulada de alguna manera. La naturaleza ofrece un cuerpo determinado con el que se convive desde el inicio de la vida. Existen numerosos factores que afectan a la silueta que se pretende alcanzar. Una figura cultivada expresa dominio de sí, aunque bien es verdad que existen puntos de partida más ventajosos que otros y que un mismo esfuerzo obtiene resultados diferentes en distintos individuos. Aquí el modelo juega un papel importante porque se tomarán decisiones para el acercamiento a él. Si se ejecuta, se ganarán posiciones que llevarán, a medio-largo plazo, al resultado deseado, dentro de las limitaciones de la propia naturaleza. Ese camino exige hábitos operativos en la alimentación, deporte, transporte y, en general, tipo de vida. El prototipo no transforma de modo instantáneo pero sí es clave en la toma de una firme decisión de tendencia que se concreta en determinados plazos más reducidos y en controles periódicos. Se asume un porcentaje de error en su consecución por impedimento natural, pero existe otro porcentaje modificable.

Es escaso el número de personas que, sin ningún esfuerzo ni arquetipo, presentan figuras agradables, ágiles y de corte atlético porque la



naturaleza tiende al capricho y a la comodidad, a la huida del esfuerzo, y más cuantos más años pasan. A todos interesa la propia figura, aunque luego falte coherencia y no tenga repercusiones prácticas.

Una figura estilizada es, en principio, atractiva y deseada. La ausencia de referencia o su indefinición indica una posición débil ante uno mismo y ante los demás. La carencia de punto de destino definido impide la puesta en marcha.

Como la tendencia natural de la masa corporal es la expansión horizontal, una figura estilosa significa esmero y atención, aporta un valor positivo a la personalidad. La figura descuidada expresa visión cortoplacista de quien valora más lo inmediato, falta de voluntad, carencia de objetivos, falta de respeto a los demás, claudicación ante la oferta más atractiva y de menos valor. Indica toda una concepción de la vida, una mentalidad.

La silueta del arquetipo físico inscrita en la cabeza es el hito de llegada que, por aproximaciones sucesivas, acerca a él y anima la subida del arduo sendero. El camino hacia la figura-modelo es esforzado y lento.

ii) Presencia

El *arreglo* complementa y mejora la naturaleza. Puede cubrir, en un porcentaje alto, las deficiencias de partida. Sin descender a detalles este campo se refiere al vestido y el arreglo en general del aspecto externo.

La vida laboral y, en extensión, la social posee una importante carga de relaciones en las cuales la presencia física juega un papel relevante. La sencillez suele atraer por la cercanía. El estilo propio se va forjando a lo largo de los años, incluso sin hacer nada; puede mejorarse o



empeorar. Se asemeja al mantenimiento de las máquinas; su ausencia se percibe exclusivamente por las carencias; de él depende, en gran parte, la apariencia y la impresión del conjunto. Es de fácil identificación y de esforzado seguimiento.

Detrás del *vestido*, y en general del arreglo, se encuentra toda una antropología: el concepto de *persona*. El vestido protege a la persona porque cubre su intimidad y la defiende de intereses ajenos que la pueden dañar. Elegida una línea, con la que uno se identifica, es importante ser consecuente con ella y a la vez acertar, aunque nunca podrá ser al 100%, en las distintas situaciones que la vida plantea. El arquetipo marca un estilo que habrá de adaptarse al propio.

iii) Expresión corporal

Ciertas personas destacan por su presencia, que engloba un conjunto de cualidades de difícil descripción. Es armonía en el moverse, en su estar, un modo peculiar de presentarse.

Pueden resultar atractivos e imitables:

- La sonrisa que expande y destensa.
- La expresividad de las manos, que hablan sin palabras.
- El andar rítmico y marcado, indicador de seguridad.
- La mirada penetrante, de poder transmisor.
- La escucha con real interés y ausente del reloj.
- La adaptación del mensaje al receptor sin pérdida de calidad.

Pero quedarse en este estatus físico llevaría a empobrecer el gran potencial encerrado en toda persona. Los modelos exclusivamente físicos han de tomarse como limitados y deben complementarse con otros de nivel superior. Sin despreciarlos, es preciso considerarlos siempre incompletos. Ponerlos en su lugar, el que le corresponde, que no deja



de tener su importancia dada la unidad inquebrantable del ser humano. Si la persona nunca se presenta como sólo físico, tampoco posee manifestaciones exclusivamente inmateriales: la espiritualidad constituye la parte inmaterial del hombre que rige todo el ser.

b) Arquetipo inmaterial

No se precisa un potente láser para captar la inmaterialidad de la persona, ya que se manifiesta en el triángulo inteligencia-voluntad-corazón que la configura en su ser más profundo. La limitación humana en cada uno de estos tres vértices y en sus relaciones causa desconocimiento no sólo en matices sino también en argumentos de peso, y no exclusivamente en terceras personas sino incluso para uno mismo. Cada punto detenta un contenido específico y, a la vez, su relación con los demás genera el entramado espiritual que se plasma en distintas formas de ser.

El individuo pronto comienza a gestionar el propio espíritu de manera libre, aunque siempre condicionado por sus decisiones pasadas y por el entorno. Los hábitos adquiridos —o su ausencia— sólo están condicionados, al inicio de la existencia, por la capacidad natural heredada. La utilización de las potencias superiores es responsabilidad de primer orden en cada individuo. El cultivo intensivo y prioritario del aspecto físico provoca el desplazamiento de la espiritualidad a segundo plano y, en consecuencia, se llega a una *parada antropológica*. En ésta, la falta de retos produce un atasco en el desarrollo de las potencias humanas más elevadas.

La vida es dinámica, no sólo en el sentido físico sino principalmente en lo inmaterial. Lo espiritual salta sobre las limitaciones espacio-temporales, se rige por parámetros diferentes. El peligro es que se pare y no se detecte la falta de movimiento; una persona puede no pensar y



tener mucha agitación exterior. También puede aparentar ser muy voluntarioso cuando realmente muestra carencia total de voluntad para ejecutar lo que le corresponde de la manera adecuada. En parada, el corazón puede mostrarse muy activo, pero cada acto supone un paso hacia atrás si no está bien encaminado.

Es por tanto peligrosa la parada antropológica, por su difícil diagnóstico. Personas templadas, lentas en apariencia, pueden estar muy activas interiormente trazando sendas arduas que encaminan hacia su arquetipo. No ahorran esfuerzos para dar cada día un paso.

La vida, así, es un proyecto con principio y fin, con avances o retrocesos diarios respecto a la meta fijada, con pasos susceptibles de ser medidos. El prototipo es guía y acompañante, a la vez que finalidad. Su vista anima; su contemplación reconforta; su presencia agiliza la pesadez y el cansancio. La distancia que separa del arquetipo nos indica el movimiento, la dirección y la velocidad.

Esta parada no deseada –distinta de la reflexión para evaluación– implica ausencia de riesgos a corto plazo pero entraña desaceleraciones en hábitos operativos efectivos que tanto cuestan retomar.

Del arquetipo-inteligencia tomamos el modo de comprender, su destreza y experiencia. Del arquetipo-voluntad, la decisión sobre la propia conducta, la admisión o huida de algo, la elección sin impulso externo, la resolución de acometer algo. Del arquetipo-corazón el ánimo, valor y temple; su centro de operaciones.

El arquetipo marca rasgos inmateriales cruciales para la definición del individuo en su ser más íntimo. Puede resultarnos atractivo el conjunto del espíritu de una persona: su entender, su querer, su amar. Por la unidad interna del hombre, cada vértice está afectado por los otros dos. Para seguir a alguien como modelo, conviene identificar aquellos rasgos relevantes que ayudan a conseguir la meta.



La ausencia de ejemplar frena cualquier impulso interno y externo por potente que sea. La naturaleza humana dejada a su ser tiende a lo más fácil, a igualar por la banda más baja. Así, la actividad intelectual se limita, en el mejor de los casos, a repetir lo oído –ni siquiera escuchado–, hilvanando desordenada y superficialmente hechos evidentes. Causan cierta perplejidad los que hablan sin parar sin emitir ninguna idea. La voluntad, asimismo, se concentraría en tareas que requieren un nivel ínfimo de esfuerzo, presentando su rostro humano más vejatorio. El corazón se vería atraído por los afectos de más corto plazo, bien lejos de lo óptimo y hasta de lo conveniente.

El arquetipo pone en marcha el motor de la propia iniciativa, en busca de objetivos valiosos y acordes con la excelencia humana. Se coge de la mano de su ejemplo real y avanza con la decisión de su praxis; no se conforma con lo ya conseguido.

i) Inteligencia

Inteligencia según la R.A.E. es la *capacidad para comprender y resolver problemas*. En el primer sentido, penetra en la verdad de la realidad. Existen mentes generadoras de ideas y otras que sólo torpemente las transmiten, perdiendo además, en ese paso, parte de su contenido. Cabezas que no aportan nada a lo que reciben o que sesgan y deterioran el mensaje.

Los rasgos arquetípicos de inteligencia se pueden referir al paradigma mental, al contenido de las ideas y al tipo de razonamiento.

* *Paradigma*. Filtro que atraviesan todas las ideas y que realiza de inmediato una primera interpretación, quizás lejana pero influyente. Se trata del bagaje latente en una persona, fruto del entorno y la experiencia. En la medida en que es más consciente, se dejará manipular menos por él, incluso podría llevar a modificarlo, con gran esfuerzo siempre.



Interpreta y comprende con mayor o menor lucidez lo que ocurre fuera y también lo acontecido en el interior.

Se aprende del ejemplar la visión global positiva que armoniza diferentes ámbitos y enfoques

**** Ideas.** Una cabeza inteligente está amueblada con ideas adecuadas en cantidad y calidad. Posee amplios conocimientos, los suficientes para conducirse sabiamente por la existencia, una existencia rica en retos, con cultura. La *cultura*, definida por la R.A.E. como *conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico*, no se improvisa, sino que es fruto de la asimilación adecuada de conocimientos adquiridos mediante una lectura sosegada. La *inquietud intelectual*, por la que se busca continuamente la mejora de la mente, es algo admirable en algunas personas, que pueden ser prototipos. Son ejemplares aquellos que han leído mucho y siguen leyendo, y siempre tienen varios libros en lista de espera. Son personas *con papeles* siempre en la mano, que los pasean a diario buscando unos minutos para posar los ojos –y la mente– sobre ellos, fieles acompañantes que ayudan a posicionarse en la banda alta, la más espiritual en medio de la mayor materialidad. Ideas no sólo leídas sino asimiladas, contrastadas, de las que son capaces de sacar provecho y además saben transmitirlos a terceros. Son aquellos que nunca se consideran plenamente satisfechos con el nivel alcanzado, siempre en mejora continua, no agobiante pero sí ininterrumpida, al ritmo adecuado. Son personas enriquecidas que vierten su sabiduría a su alrededor de modo natural y casi inconsciente.

El arquetipo invita a leer, a interesarse por los temas, tratando los asuntos adecuados con la profundidad que merece cada uno. No sólo compra libros sino que lee; no sólo empieza sino que acaba libros; no sólo lee sino que capta lo que el autor quiere transmitir; no sólo lee para sí, sino para otros; no sólo dedica parte de su tiempo libre sino



parte del ocupado, ya que el tiempo dedicado a leer se considera siempre robado.

*** *Razonamiento*. Es la forma de razonar, de concluir, de manejar datos, no tanto el contenido de las ideas como el camino que se recorre hasta llegar a cada una, partiendo de una información base. Sabias conclusiones a las que se llega después de razonamientos bien entrelazados y certeros, nunca fruto de la añorada pero inexistente ciencia infusa.

Las ideas raramente surgen por generación espontánea. Es necesario crear condiciones de posibilidad para lograr que el pensamiento se expanda y desarrolle su operación específica: pensar. Ese ambiente adecuado se consigue mediante la introducción de ideas ajenas –lectura, escucha–, que activen las propias para aplicar, relacionar, generar nuevas a partir de éstas.

El ejemplar consigue analizar los datos en profundidad antes de opinar y decidir y, en consecuencia, sintetizar problemas complejos, adaptados al receptor y sin perder matices importantes.

Los intereses intelectuales del arquetipo mueven a la adquisición de hábitos de lectura, a razonar, a formar opinión bien sustentada. También muestran modos efectivos de dialogar, que es intercambiar ideas contemplando la posibilidad de ser modificado por razonamientos convincentes de nuestro interlocutor. Modelo no es el que defiende con cerrazón sus propias ideas sino el que aprovecha lo mejor de las que provienen de otras cabezas.

Es también digna de imitación la forma ordenada de pensar, de hilar unos conceptos con otros. No se permiten saltos en el vacío ni cabos sueltos, que es diferente de no aceptar la incertidumbre; consciente de ella, sabe gestionarla y se mueve en su entorno administrándola como merece. De inteligencia imitable es, sin duda, conocer –y actuar en con-



secuencia– los límites propios del pensamiento humano. Aquel que, porque conoce sus vallas limitantes, dimensiona correctamente sus posibilidades. Igualmente, la capacidad de abstracción posee potencial de ejemplaridad.

El efecto de todo lo anterior, que puede resultar también arquetípico, es la aportación que, con todo ese bagaje, la persona es capaz de realizar en aspectos como:

- Conversación amena, donde fluyen con orden las ideas y conclusiones, mezcladas con cierto humor, reservado sólo al humano.
- Aportación de nuevas ideas, enfoques y formas de hacer.
- Imaginación de soluciones novedosas y posibles.
- Generación de campos inéditos de pensamiento.
- Aplicación y transmisión de experiencia.
- Mejora de procesos.
- Definición clara y flexible de objetivos, prioridades y plazos.

Los inteligentes descubren en máquinas, personas y hechos procesos accesibles a su mente porque son producto de otras inteligencias similares a la suya; al menos se considera que juegan en el mismo campo y no en uno inferior. Abren las cajas negras para aprender de su contenido. Sólo se atreven a pensar los que confían en sí mismos. Es una confianza no presuntuosa y desconocedora del sujeto; es una postura que ayuda a extraer el potencial más escondido dentro de cada individuo.

ii) Memoria

Es una facultad humana que, bien gestionada, ayuda sobremanera. No se elogia mantener un recuerdo imborrable de todo, lo cual bloquearía la mente por insuficiente capacidad en disco. Si así ocurriera,



estaría ubicada –más bien anclada– en el pasado e impediría el movimiento normal hacia adelante. Las referencias históricas son necesarias para situarse, para extraer consecuencias, para inferir el porvenir. Son experiencias útiles, pero su excesiva presencia podría colapsar no sólo el futuro, también el presente.

Por el contrario, la ausencia de memoria genera ineficacia e inseguridad al partir continuamente de cero. Se echa de menos aquí la capacidad de relacionar acontecimientos, de prever hechos a partir de datos anteriores. En síntesis, de aprovechar experiencias pasadas para nuevas vivencias, irrepetibles pero nunca totalmente inéditas. De alguna manera siempre algo se repite, existe un cierto factor común que la persona con memoria es capaz de encontrar, para aplicarlo con maestría a situaciones actuales.

Todo individuo es protagonista de su propia biografía, intransferible e irrepetible, que no debe olvidar, despreciar ni tergiversar. Ha de situarla en el espacio adecuado para que ayude sin molestar, estar presente sin llamar excesiva atención, servir de base en decisiones, aportar en ocasiones comparables. Esta facultad ayuda a reconocernos a lo largo del tiempo. La persona no es alguien sin referencia, que actúa en un instante sin relación con el momento anterior. Las distintas etapas biográficas que recorre le identifican con una trayectoria peculiar, única, que permanece en él después de lo acontecido. La persona se reconoce a sí misma en sus pasos anteriores, que son guía para los siguientes. Ha de asimilarlos, perdonarse, generar vinculaciones válidas, orientarse con las consecuencias de sus decisiones anteriores. Aprender, pues, de su propio pasado y aceptarlo tal como es sin manipulación. Respetar los hechos del pasado tal como han acontecido, leer su significado *a posteriori* en diferentes claves, con más datos y otras circunstancias, es ciencia que no todos detentan. El mismo rigor se requiere a nivel de experiencias internas. Existen aquí matices más difí-



ciles, pero no insoslayables. Es fuente de salud mental interpretar sin sesgos lo acontecido en lo más recóndito del pensamiento, voluntad y corazón.

El ser humano necesita acudir a su pasado para encontrar sus raíces. El recuerdo es exclusivamente humano y no es la mera retención de datos sino la evocación de personas o situaciones anteriores, bien porque han influido en la propia vida o bien por su relevancia intrínseca.

Quien gestiona adecuadamente su memoria, rentabiliza sus relaciones con los demás porque se acuerda de lo que interesa en cada situación y se olvida de lo que supone un lastre. Una memoria adecuada agiliza la comprensión de personas y hechos porque sólo retiene lo útil, optimizando así su función. La memoria en la amistad o en un grupo de trabajo permite la identificación como tal de esa relación con base en un pasado, en unas vivencias comunes que se recuerdan y comparten.

Del arquetipo memoria se admira su memoria selectiva. Almacena exclusivamente lo útil y tira a la papelera del reciclaje mental lo inservible, lo que resta fuerzas, lo menos valioso, lo que supone pérdida de tiempo. Esta liberación de capacidad en el cerebro es ventajosa tanto para encontrar con facilidad lo útil como para aumentar la velocidad de procesamiento. Una cabeza liberada de inutilidades es altamente eficaz. Además, se trata de una forma diaria de entender y actuar, y no de realizar una gran limpieza esporádica. Dentro de las personas existe un nivel de actividad superior al exterior. La inteligencia selecciona lo que a la voluntad le interesa. En este mundo activo interior, desconectado a veces del exterior, suceden muchas cosas que no se encuentran en la prensa pero que determinan al individuo. Esas ideas y recuerdos se procesan para desechar lo inservible y asimilar lo valioso de modo ordenado, de manera que pueda encontrarlo con facilidad cuando se necesite.



Diferente es la memoria rencorosa, que no olvida ni perdona lo negativo y lo erige como obstáculo y división. Es desanimante, asimismo, tener que recordar continuamente no sólo matices, ¡hechos!, y no lejanos en el tiempo, a quienes no se acuerdan de nada nunca.

El carácter biográfico del ser humano facilita cierta relación con el pasado, liberado de detalles intrascendentes pero cargado de contenido útil para el presente y el futuro. Esta facilidad en la contextualización tanto de personas como de situaciones permite una mejor comprensión de lo que ocurre.

Existe, ciertamente, una parte no voluntaria de talento natural. El modelo ayuda a desarrollarla con esfuerzo y práctica.

El arquetipo-memoria desenmascara anécdotas que ayudan a interpretar personas y situaciones. En su banco mental de datos, las estanterías soportan el contenido correcto de manera ordenada y útil. Desde ahí gestiona la información, tanto lo vivido en primera persona como lo experimentado por otros. Memoria positiva que suma no en cantidad sino en calidad, porque acumula cualitativos que enriquece con nuevos matices interesantes ya conocidos. Construye mentalmente edificios ajustados a la realidad, donde se van concatenando acciones, palabras y gestos en una unidad de significados interrelacionados.

Es capaz de prescindir de reacciones esporádicas que alteran la realidad para quedarse sólo con lo permanente. Una memoria que recuerda sin rencor, que elimina lo desechable, que recicla lo gastado pero válido, que pone el pasado en servicio del presente y del futuro.

iii) Voluntad

El que logra autodominarse consume altas dosis de voluntad aplicada a la propia doma. Un aspecto concreto de este punto es el autodomínio de las reacciones impulsivas, ya sea en sentido de disminuir o de



aumentar. La ecuanimidad afecta tanto a las manifestaciones neutras inhumanas como a las negativas o las exageradamente impetuosas, que también ofuscan la mente, tan intensivas como fugaces. Quien se domina demuestra una voluntad superior porque se encuentra matizada, enriquecida –que no mermada– por la inteligencia, que filtra en términos de humanidad frente a la irracionalidad. Las reacciones viscerales no atenuadas no atraen sino que, muy al contrario, causan alejamiento y desprecio por parte de quienes las observan. Se admira y valora el filtro de racionalidad sobre lo que pide el cuerpo de modo violento, al estilo animal.

Sojuzgar a los demás, opinar sobre lo que deben o no hacer, enmenzarles la plana es tan fácil como improductivo. Quienes emprenden acciones costosas en ellos mismos, por propia iniciativa o por consejo ajeno, son dignos de imitación por la dificultad intrínseca que implican. Advertir los aspectos mejorables en uno mismo es ya un primer paso; lo realmente ejemplar es emprender y finalizar las acciones conducentes al cambio, a la rectificación, a cubrir ese vacío; en fin, a la consecución de la meta propuesta con uno mismo.

Muchos fracasos se originan en la incapacidad para el esfuerzo constante. La visión enana, cortoplacista, la que no arriesga nada del presente, la que prefiere comodidad y seguridad es señal de una voluntad enferma, con riesgo de contagio. También está grave la que depende exclusivamente de empujes externos porque no consiguen generar una dosis mínima de energía propia que les mueva a ellos mismos. Como contrapunto, existen conseguidores, personas que alcanzan lo que se proponen. Demuestran densidad en el querer, resolución en los planteamientos. Esta fuerza imparable mana del interior de modo inagotable y creciente, porque cada consecución es generadora de más energía para el siguiente objetivo.



Una consecuencia del dominio de la propia voluntad, quizás escasamente valorada actualmente, es la elección de algo con claridad, que lleva a rechazar también en la práctica las opciones alternativas. Algunas de ellas resultan posiblemente de igual validez, pero la elección expresa de una de ellas implica la no elección del resto. Esto evidencia una voluntad firme y clara, comprometida y consecuente. En la sociedad actual puede parecer más tolerante y completa la actitud de quien pretende compaginar todo lo incompatible, considerando que todas las opciones son igualmente válidas y que resta libertad la elección de una de ellas. Esto en realidad lo que implica es la ausencia de elección, la incapacidad de optar verdaderamente por algo, de comprometerse por una causa. Quien es capaz de elegir, y con todas sus consecuencias, enseña una gran lección práctica. Elecciones sin vuelta atrás por dudas o deserciones, aunque sí caben las rectificaciones en lo reversible, que es casi todo.

El arquetipo-voluntad es enérgico, sabe lo que quiere. Desea con intensidad, no se detiene ante dificultades. El *no* se considera respuesta provisional. De él se puede imitar la intensidad en el querer, su tesón, la constancia. El ímpetu arrastra la negatividad, decisión que no duda ante impedimentos; el cumplimiento de objetivos como único desenlace posible. Motor que no se para ante las cuestas y que incluso en ellas no desacelera. Empuje continuo que no pierde ritmo en el largo trayecto. Voluntad de largo plazo que valora los objetivos de amplio alcance, entendido no sólo en distancia sino más bien en profundidad. El corto plazo es efímero y no mueve apenas voluntades. Voluntad amante del esfuerzo, no por sí mismo sino por la profunda convicción de la necesidad de alcanzar metas valiosas.

El arquetipo-voluntad es el que posee afán de superación. No se trata de un deseo semiinconsciente, frívolo y desenfrenado de ser el mejor entre los suyos. Es quien moldea con decisión su voluntad para realizar



al máximo el potencial que encuentra en su interior. Voluntad que efectúa una labor profunda y pausada de introspección, detección de errores-oportunidades y puesta en práctica. Y esto de modo continuo y en diferentes ámbitos. La vida es un caos que es preciso ordenar continuamente con voluntad probada. El afán de superación latente no se agota, pues, en una meta primera y limitada, sino que es una forma de ver la vida, es concebir metas de modo continuo, un avance imparabile como *modus vivendi*, nada agobiante pero sí animante.

Otro aspecto que se admira es el avance continuo. El ritmo dice mucho de la persona y su valía. Supone un acercarse a la meta paso a paso, sin cansancio reconocido. Se requieren elevadas dosis de energía para iniciar y mantener un ritmo que, en realidad, procede del interior de la persona y es independiente del reloj. La velocidad habla de las energías que aplica en todo momento y que no son fruto de un impulso vigoroso sino que proviene de pequeñas, numerosas y constantes dosis de voluntad que no dependen de la edad física. La energía interna constante y adecuada a cada situación impregna de eficacia cualquier acción ya emprendida, que llegará a término a pesar de las seguras dificultades, que nunca faltan. Su ritmo marca velocidad a otros.

Es imitable, asimismo, la voluntad de quien se niega a lo no-conveniente, a lo que distrae de la meta, a lo que dispersa y ralentiza; a lo accesorio que resta fuerza para lo fundamental, a lo que desvía del verdadero sendero, a lo que merma fuerzas, a lo que impide maximizar el potencial, a lo que degrada, en definitiva, la dignidad del ser humano. Cuando es fuerte la presión exterior en sentido contrario, se requiere sobredosis de voluntad para no quedarse a mitad de camino.

La intensidad en el deseo es otra faceta a descubrir en otros. Su entrega 100% a lo que realiza con una intensidad de vida para muchos inexplicable. Al que desea con firmeza le pasan inadvertidas las mil dificultades que enturbian la meta. Los débiles de voluntad ayudan a la no



consecución de las metas por su desconfianza. La voluntad del arquetipo posee una fuerza irresistible, que arrastra a su alrededor, es contagiosa. Como vasos comunicantes, se tiende a igualar alturas, pero como el modelo se regenera automáticamente, siempre sube el nivel, de tal forma que el conjunto resulta sinérgico. Otro aspecto de la voluntad arquetípica es la disposición como estado latente, que influye en la capacidad de reacción.

La voluntad de imitar está alejada de la gana que puede sobrevenir o no, de la espera pasiva que sólo es movida, un concepto demasiado adolescente. El arquetipo fabrica las ganas antes de la ejecución, o bien *a posteriori*, al contemplar la acción. Esta actitud es necesaria tanto en entornos negativos o indiferentes como en los positivos, ya que éstos últimos no son eternos y es preciso ejercitarse antes para estar preparados ante situaciones adversas. La voluntad debe actuar como anfitriona, permitiendo la entrada sólo a lo que considera conveniente, sin correr riesgos excesivos. Es digno de imitación quien busca hasta encontrar motivos para conquistarse a sí mismo en la aventura vital cotidiana.

Individuos como éstos amplían posibilidades también por la grandeza de su querer. Son audaces en los planteamientos y por eso hacen crecer a quienes están a su alrededor. La generosidad en su voluntad es aroma que impregna su ámbito de actuación. Personas que esponjan, nunca agobian o empequeñecen, abren horizontes y ayudan a cumplir esos retos. Es de imitar su inasequibilidad al desaliento, aun contando con las piedras que quizás hayan roto su calzado. Salen siempre airosos de espíritu de los atolladeros y saben que el anterior nunca es el último, pero no temen al avance.

El arquetipo-voluntad es práctico y no se paraliza en teorías inoperantes, aunque las estudia y defiende, porque su actuación es siempre consecuencia de ideas y no sólo de impulsos. Son personas que quie-



ren hacer lo que deben, lo cual muestra una sabiduría de las más preciadas: *quiero lo que me corresponde* es filosofía que se alinea con el sentido más profundo del ser humano. Capaces de alternar roles atractivos con otros más molestos pero necesarios para sacar adelante algún equipo, tarea o persona. Con naturalidad y sin pasar factura. Demuestra un dominio de voluntad no por todos advertida.

Un tema que parece de menor importancia, que demuestra una alta dosis de voluntad y que diferencia a las personas, es rematar hasta el final los temas. Esos detalles que definen la chapuza o excelencia, el mal o bien hacer, el éxito o el fracaso. La voluntad demuestra en el arquetipo decisión para terminar con empeño lo que inició con convicción. Detalles que parecen superfluos y que dan significado a las grandes obras, que sólo son grandes cuando se terminan bien.

Los de voluntad firme llevan a término los proyectos iniciados. Permanecer en puertos amarrados es siempre peor que salir al mar para ampliar posibilidades y conocer nuevas costas. Los tiburones, ya se sortearán. Ver sólo peligros es de una limitación que raya lo no humano. Por eso los que arriesgan, los que apuestan, son los ganadores aun antes incluso de despegar. Sin nuevos proyectos, la sociedad se paralizaría y el hombre arruinaría su potencial.

iv) Corazón

El toque del corazón imprime una impronta que humaniza, diferente de la sensiblería e irracionalidad. Quien entiende bien el corazón humano y, en concreto, el suyo, tiene mucho camino adelantado y supone una ventaja personal nada desdeñable. Escuchar el corazón es sabia ciencia que orienta desde dentro las decisiones más importantes y posiblemente más difíciles. La persona que tamiza con el corazón sus resoluciones, acierta más porque el fondo de pantalla es humano y la



escritura en clave antropológica es más fácil de descifrar. De él proceden no sólo sentimientos, también decisiones en el ámbito personal y en el profesional. Al fin y al cabo, es la misma persona la que actúa en los diferentes ámbitos. No se puede prescindir de una parte de la personalidad en un área determinada; sí se puede minimizar o maximizar su presencia.

El arquetipo-corazón enseña a tratar a otras personas en una plataforma profunda, lejos de la superficialidad. La calidad de esas relaciones viene definida en buena parte por la implicación de la faceta afectuosa, que facilita aspectos muy preciados: la estabilidad de la relación y el compromiso. Los distantes, los que marcan excesivas diferencias, se tornan esquivos y paralizan las energías de quienes con ellos se relacionan. En cambio, el modelo marca surcos hondos en sus relaciones con otros. Acoge en su interior los fallos ajenos con comprensión a la vez que ayuda a superarlos.

El arte de gobernarlo es de maestros. Impulsor desde dentro, su bombo aporta energía sana y propia. De ánimo alto y constante, contagia con su buen temple el amplio entorno al que irradia.

Mover los hilos del corazón de forma rítmica y adecuada es arte que no todos conocen ni son capaces en la práctica. La gestión del corazón es compleja, digna de ser admirada y aprendida de otros. Rasgos humanos en ambientes tecnificados y cosificados que materializan lo más espiritual. Toques antropológicos que iluminan ambientes apagados, reviven entornos mortecinos y alegran áreas entristecidas. Es modelo quien ama lo que debe y lo hace con la debida intensidad. No se trata de aplicar el corazón a cualquiera y de modo aleatorio. Lo humano se caracteriza por el orden, que no significa empequeñecimiento sino prioridades claras. Es ejemplar quien antepone lo importante y próximo, quien regula intensidades adecuadas, quien sabe aprovechar el movimiento de la ola a su favor y a veces es quien provoca el movimiento de



la ola. Dejar espacio a los sentimientos enriquece al humanizar la relación.

Se admira en el arquetipo-corazón la conciencia clara que guía el pensamiento y la actuación en coherencia. Existen *corazones de oro* escondidos a los superficiales. Con excesiva frecuencia se otorga al entorno el atributo de causa en lugar de efecto. La causa proviene del interior de las personas, que han tomado decisiones y que las ejecutan.

Es de admirar la gestión del corazón de quien consigue el punto adecuado entre un distanciamiento artificial y una excesiva proximidad. Es preciso huir de la frialdad que marca distancias artificiales, de los que sólo reconocen a quienes les son útiles para conseguir algo, peldaños, parquet sobre el que pisar o pasadizo por donde atravesar para llegar a su objetivo. El modelo es acogedor sin resultar agobiante; cercano, sin inmiscuirse indelicadamente donde no le corresponde; se interesa lo justo, sin curiosidad ni simpleza; sólido en las relaciones y riguroso en los datos. El grado de porosidad debe ser el adecuado: existe cierto filtro necesario que no es pared impenetrable ni ausencia total de barreras. Quien se deja afectar por lo oportuno en cada caso es maestro del corazón. Es probablemente intransferible la personal experiencia en contenidos, pero permite el aprendizaje en el modo de relación y en el juego que da a esa faceta tan íntima de la persona y tan maltratada por malentendida.

Los latidos de quien se erige como arquetipo en este ámbito se escuchan, de manera especial, en su forma de proceder con las personas. Un corazón que no se cierra a sí mismo sino que da juego a otros, que está en su sitio y que lo brinda a otros gratuitamente. Junto a este arquetipo, uno se encuentra a gusto porque se siente reconocido como persona, tratada con la dignidad que merece. Personas afectuosas que saben dar juego a lo óptimo de su *yo*. Generan un ambiente grato a su alrede-



dor que consigue extraer potenciales. Actúan y promueven niveles de plena capacidad. Arrastran sin palabras, transmiten seguridad.

El arquetipo-corazón enseña a utilizar correctamente sus afectos, que deben situarse en el lugar preciso: en un punto intermedio entre desprecio y esclavitud. Entre obviarlos y dejarles que ejerzan su tiranía existe un punto óptimo: ahí ejercen el papel que les corresponde.

Los sentimientos se transmiten con gran facilidad; en este flanco es vulnerable el ser humano aunque, por otra parte, por esta misma vía recibe impulso y fuerza para elevarse a un plano superior. El corazón es lo más íntimo, pero se manifiesta en su actitud hacia el exterior. Aunque no se hable de él, se expresa en la actuación. Hechos descarnados o humanos diferencian antropológicamente a sus protagonistas, sin necesidad de proclamar sus ideas. Actitudes y modos hablan por sí mismos. El corazón se expresa de mil maneras, directa o indirectamente se evidencia.

El arquetipo-corazón es capaz de hacerse cargo de situaciones ajenas, pero no con un procedimiento escrito siguiendo paso a paso los puntos marcados sino más bien por empatía con las necesidades ajenas. No existe un corazón de libro, de electrocardiograma clínicamente perfecto; existen personas cuyo corazón se dilata sin aparatosidad, con gran naturalidad. Es digna de imitar la cordialidad en el trato, no como formalismo sino porque se pone en marcha la parte humana que habita dentro, también en los ambientes más serios y estrictos. No se puede renunciar, ni por un instante, a ser humanos, a toda la carga interior que alberga el interior del hombre.

Personas que siempre están disponibles para escuchar y atender, aconsejar, disculpar, enseñar. Transmiten valor, algo necesario para acometer aventuras personales y profesionales. Impulsan a actuar o a esperar según convenga, pero impulsan. Bomba que empuja el movi-



miento hacia arriba, con el ritmo adecuado. Mantienen el temple incluso en momentos poco propicios. Su buena voluntad arrastra hacia lo más atractivo, hacia delante sin chapuzas ni mediocridades.

v) Carácter

Es de admirar también el *carácter*, definido por la R.A.E. como el *conjunto de cualidades propias de una persona que la distingue de las demás por su modo de ser u obrar*. Es, por tanto, un diferencial que distingue a las personas. En buena parte es herencia (el temperamento, con predominio fisiológico), pero otra parte es fruto de la educación y de los hábitos adquiridos.

El carácter determina a la persona en relación, en primer lugar, consigo misma. Quienes están satisfechas con sus propias obras e ideas manifiestan una actitud positiva hacia el exterior.

Existen caracteres que tranquilizan y otros que soliviantan; unos expanden frente a otros que sobrecogen, los que construyen y los destructores, los centrados y los que dispersan. Es, en definitiva, el ambiente interior que se transmite al exterior. Es el modo, primero, de acogerse a sí mismo y después a los demás. Es la manera de reaccionar de modo secundario –racionalizado– forjado por reacciones anteriores. En esta labor de cincelado, el arquetipo juega un papel principal.

Es de admirar tanto el natural como el adquirido con esfuerzo. Moldear el propio carácter es tarea ardua que muy pocos consiguen por sí solos; el arquetipo se presenta aquí de ayuda eficaz para superar las barreras del propio modo de ser.

El arquetipo-carácter es abierto, amable, sonriente, conciliador, generador de unión y positividad. Existen personas tan agradables, que uno se embarcaría con ellas en viajes hasta el final del mundo sin importar el cómo y el cuándo porque generan confianza y saben resol-



ver. Construyen redes fuertes de interrelación donde todas las partes salen beneficiadas. Se admira el carácter constante porque los picos y valles arruinan las relaciones más potencialmente fructíferas. El buen carácter del arquetipo crea una atmósfera de desarrollo en su entorno más próximo que hace que la personalidad se esponje en su vertiente más noble. Personas que jamás se enfadan o que dominan rápidamente su primera reacción negativa promueven relaciones sinceras y confiables que generan compromiso desde dentro. Aprender de ellas implica gran sabiduría.

El buen carácter marca el modo de reaccionar ante los romos e inoportunos. Mentalidades amplias, que oxigenan, proveen de espacios desarrolladores, entienden la individualidad a la vez que reconocen el factor común humano. Crean un ambiente, resultado de suma de actitudes y acciones, que resulta atractivo y arrastra hacia su imitación.

El buen carácter no es blando ni condescendiente. No es aquel que se doblega ante cualquier motivo, sin filtro ni resistencia alguna. Aparte de inviable, denotaría falta de personalidad y por tanto resultaría ineficaz. El del modelo ha de ser un carácter con temple propio, que no se tambalea, pero tampoco rígido, que se deje guiar pero con sus propios objetivos y métodos. Un carácter blando no atrae ni ayuda, por tanto no es imitable.

Conocer personas de buen carácter a las que se pueda definir como arquetipos es una suerte. Como nadie es perfecto, se debe apartar el lado oscuro que todos tienen. Si se es capaz de esto, se obtendrán ejemplos valiosos, cercanos para ir mejorando el propio carácter, labor que es tan ardua como indelegable.

Por contraste, se huye de quienes separan y apesadumbran porque embargan los resultados y generan bajo rendimiento. El mal carácter



destruye las relaciones provechosas, de modo lento con el método gota a gota o bien con una reacción desproporcionada.

vi) Perspectiva

Los sucesos pueden ser analizados desde diferentes perspectivas. Del espacio racional que media entre acción y reacción resulta una respuesta elaborada, no visceral. Esta distancia permite profundidad y acierto en el análisis de personas y organizaciones. Pararse, dar un paso atrás, considerar y recapacitar son hábitos dignos de ser imitados. La precipitación y la superficialidad son enemigos de juicios sensatos y certeros. El modelo sabe tomar la distancia oportuna para juzgar los acontecimientos.

El modelo contempla los hechos bajo un horizonte amplio, en el que enmarca todo para entender mejor. La perspectiva pone en juego variables tangibles, intangibles y de relación. Ya sean cuestiones de índole menor –las más frecuentes– o de mayor calado, este enfoque peculiar es básico para el éxito en el diagnóstico. Captar la relevancia de cada cuestión que se plantea consigue no trivializar lo trascendente ni magnificar lo carente de interés.

Hay enfoques siempre novedosos, que dan frescura y actualidad a las decisiones. Son perspectivas que se adaptan bien a las necesidades de cada situación porque evitan estereotipos, que sesgan desde el origen. Un modelo a imitar es el que, sin partir siempre de cero –lo cual supone un retroceso– no se deja influir decisivamente por esos prejuicios que, como su nombre bien indica, son anteriores al juicio.

Enfoques integradores, donde se implica a las personas que corresponde, facilitando su aportación en sistemas abiertos que fomentan la participación múltiple, que no masiva. Visiones renovadas en las que se rechaza no sólo el retroceso sino el simple mantenimiento. Personas



que entienden la creatividad como único camino, repleto de pequeños saltos en el vacío, con riesgo controlado. La búsqueda de seguridades ciega toda innovación. El fondo de creatividad se traduce en sello de todo lo que realiza. Y además es lo que trata de sacar del interior de otros.

Nadie posee una visión completa. Cada individuo aporta su enfoque parcial enriqueciendo a los demás y dejándose completar por perspectivas ajenas. Éstas pueden contradecir las propias y he aquí el sistema interactivo, tan explicado y tan poco practicado, de los que buscan afanosa y rectamente la riqueza de filtros diferentes. Quienes se encierran en su postura, en *aprioris* cómodos pero locos, se empobrecen al generar posturas recelosas, no comunicativas. Arquetipo es quien se sabe con un conocimiento parcial, rico y profundo pero nunca total. El carácter social del hombre viene también en parte definido por esta limitación y por la necesidad de ser completado por otros. Todo individuo necesita, pues, de otros, tanto en tangibles como en no- tangibles.

Enfoques técnicos, humanistas o combinación de ambos en distintas proporciones se presentan dignos de ser imitados. En el ámbito laboral, el aspecto técnico que hace referencia a la inteligencia y la voluntad es preeminente y condición imprescindible. Pero prioritario no significa único, aunque históricamente así haya sido. El enfoque humanista, que da juego a lo clásicamente asociado al ámbito personal y familiar, participa, ahora de modo crucial, en el ámbito laboral. En este punto, el modelo se presenta no como prototipo de una facultad inmaterial en sí, sino en el modo de relacionar unas con otras de modo complementario y enriquecedor. Conjunción de deber estricto y excepción; rigidez y flexibilidad; exigencia y afecto; en definitiva, técnica y humanismo. Primacía de las personas sin perder el objetivo técnico. Lectura de lo cualitativo entre líneas de datos numéricos. Existe un mayor dominio sobre lo cuantitativo porque cuenta con la posibilidad



de ser medido. Lo cualitativo, sin embargo, siendo igual de real, se escapa a las mentes exclusivamente técnicas, pero no a las intuitivas.

La combinación adecuada de ambos enfoques es la única que puede ser rentable a largo plazo. Huir de lo inhumano y no de lo no-cuantificable. El humanista científico sabe para quien trabaja: para la persona. Cualquier progreso técnico que no esté a su servicio supone, en realidad, un retroceso. Ambos planos no son divergentes ni paralelos, sino convergentes y complementarios. Humanidad sin ciencia es tan aberrante como técnica inhumana. Es de temer el cuadro hierático sobre el papel de conclusiones en el que no se han considerado los efectos de su implantación. Son dignas de rechazar las burocracias asfixiantes del espíritu. Ir en busca de planteamientos humanistas, no en su estado puro teórico, sino completados con la formación y experiencia técnicas al más alto nivel. No es filantropía anodina y fácil que repele a quien es cultivado. Quien combina de manera admirable técnica y humanidad, es un guía inigualable en las oscuridades humanas. Un arquetipo completo es aquel que encuadra todas y cada una de estas facetas.

El prototipo genera un ambiente que es humano, alejado del cinismo, que desestabiliza las relaciones auténticas en su aparentar normalidad donde sólo existe rareza. Al lado del arquetipo se está bien; quienes lo descubren desean permanecer cerca para aprender.

Se valora asimismo el enfoque correcto global-específico. Es importante no absolutizar lo relativo, que es casi todo, ni lo contrario, que también supondría un error. La perspectiva global aporta la correcta dimensión de todos los temas, sin exaltar ninguno de modo excesivo para no oscurecer el resto. Priorizar correctamente es una de las tareas más difíciles dado el carácter subjetivo del ser humano y las diversas circunstancias a las que se ve sometido. También la experiencia y las expectativas –propias y ajenas– pueden arrojar luz o empañar una buena decisión. Muchas veces, la fuerza y la visión interior sustituyen a



razones más objetivas. Este modelo global, ejemplo de anteponer lo importante, no se mueve en la línea de lo urgente y logra así mantener el rumbo adecuado y un buen dimensionamiento de lo absoluto y relativo. Quienes gestionan a la perfección un área pero a costa de otras pueden ser erigidos en arquetipos específicos, siempre con el factor de corrección de la globalidad. Son, pues, ejemplares parciales que ayudan a maximizar un rasgo determinado. En éste se ilumina una parte, con las limitaciones de la parcialidad, porque nunca se puede prescindir de la totalidad, pero también con las ventajas de la exhaustividad por la focalización en un determinado aspecto. Este nivel de mayor detalle permite observar modos y perfiles más concretos y, por tanto, más fáciles de identificar. El haz de luz iluminando intensamente un solo rasgo permite maximizar esa parcela; no existe peligro mientras se trate como parcial. El arquetipo-detalle, contextualizado adecuadamente, presta un valioso servicio porque con sólo las impresiones generales quedaría incompleto e imposible de imitar.

Demuestra maestría en el modelizado saber captar lo global junto a lo específico de tal forma que se optimice el modelo escogido. Un tándem global-específico correcto es interesante en la elección de la compañía en el camino vital. Es importante situarse en las posibilidades de cada ejemplar, sus habilidades genéricas o específicas, el grado de proximidad, el nivel de profundización. En suma: comprender el modelo para atraerlo a terreno propio y utilizarlo con el máximo rendimiento. Esto es algo dinámico porque no existen dos iguales ni se mantienen en el tiempo. Asimismo se transforma el modelizado no sólo por el simple paso del tiempo, también en la definición de sus necesidades y por el efecto del esfuerzo de superación. Es crucial la diferenciación de los dos niveles, global y parcial, porque cada uno de ellos detenta alcances y caracteres peculiares; la confusión de escalones genera ineficacias. Existe un peligro sibilino de tratar lo parcial como total y de parcelar lo



global; en ambos casos la visión de la realidad resulta deformada y dañina.

Aquí entra en juego el paradigma mental de Covey, mediante el cual se filtra lo que procede del exterior y del interior, que conforma los datos percibidos con una determinada visión. Conviene ser consciente de ese filtro para minimizarlo y limpiarlo de modo que no actúe de catarata, limitando la capacidad visual. Puede ser objeto de imitación el paradigma mental, en cuyo caso es arduo el seguimiento porque es fruto de experiencias, formación y enfoques desde dentro. Difícil pero no imposible. Esa mentalidad activa se manifiesta en comportamientos y decisiones atractivos. La resultante de la vida de un individuo depende de la capacidad individual y de la armonía entre ideas, voluntad y corazón.

Globalidad y especificidad son visiones diferentes, complementarias, y ha de entenderse cada una de ellas según sus peculiares reglas de juego.

c) Relación

El hombre no es un ser aislado que casualmente coincide con otros en un mundo aleatorio e individualista; es un ser en relación y, por tanto, con referentes. Todas las realidades entran en relación con él. Sin embargo, también se presenta la posibilidad contraria: la de dejarse influir excesivamente, de tal forma que, en cierta medida, le deshumanicen.

Existe un escalón antropológico de gran desnivel en las relaciones entre personas y entre personas y el mundo material. En la alteridad la persona no sólo se conoce mejor a sí misma, sino que es la única vía de alcanzar la verdad de lo que realmente es. Un individuo sin relacionarse, autosuficiente, puede ser considerado, desde lejos, más perfecto,



pero si se tiene en cuenta la construcción genuina del ser humano, se puede afirmar que sólo en el otro humano puede conocerse. La relación, pues, con el entorno y con otros iguales es de gran importancia para la constitución plena de la persona.

La relación con el mundo material es la de menor importancia antropológica, pero la primera en ser experimentada y tan necesaria como las demás. Lo físico interacciona en doble sentido y es precisamente en ese influir y ser influido como el prototipo actúa.

La relación con las personas es de mayor o menor nivel en los diferentes ámbitos: familiar, profesional, social, etc. Esta interacción presenta infinitas posibilidades dada la peculiar libre reacción de cada persona. A cada acción propia responden uno o varios en una dirección entre todas las múltiples respuestas posibles, incluida la ausencia de contestación, lo cual otorga a esta cadena antropológica una riqueza que lo material es incapaz de ofrecer.

Las personas menos sensibles no prestan gran atención a esta influencia externa en el interior. La barrera de entrada ha de ser la adecuada. La piel filtra e impide la entrada de sustancias nocivas para el organismo, pero ha de poseer una cierta porosidad que permita el intercambio.

El modo de regir la alteridad –la relación con otros– puede ser un rasgo imitable. Es preciso huir tanto de la no-influencia como de la falta de filtro. Cada individualidad debe ser tratada de tal manera que no quede aislada y obsoleta por miedo a ser influida, pero tampoco debe quedar diluida por la entrada masiva de extraños que hagan perder la identidad propia, que valoren todo lo externo de moda como único y siempre mejor porque piensen que la mayoría es la que define la verdad. Venden lo más íntimo, sagrado e inviolable a bajo precio; sin fundamento, copian y sustituyen en su interior lo valioso por la moda sin



pensar en el contenido ni en su dimensión real. Bien distinto es el dejarse influenciar por argumentos de peso. A más altura antropológica, más influencia de calidad con efectos beneficiosos.

Cuando el centro de gravitación de una persona es correcto, lo de alrededor le influirá en la medida en que ella marque. Los encerrados en sí mismos sufren una sequía difícil de resolver; piensan que ese aislamiento es generador de ideas propias, cuando en realidad se trata de un circuito antropológico cegado que tiende a la parálisis por falta de renovación. Es difícil, en la práctica, no dejarse influir en nada. Pero, por desgracia, hay quien permite la entrada libre a lo externo y sin embargo, cierra puertas a lo que aparenta complicación e ineficacia, que en realidad les completaría como personas.

La distinta sensibilidad para establecer relaciones marca una diferencia relevante entre las personas. La capacidad de percibir y aprovechar lo bueno de otros no es patrimonio de todos. De los que saben esto, es preciso aprender.

El modo de aprender de otros o de no permitir una influencia nociva es también ciencia de gran valor que enseña el arquetipo.

i) Materia

El ser humano necesita del mundo material. Su relación con éste le define en parte y de un modo limitado. Lo material atrae al hombre. Existe algo en su interior por el que conecta con ese mundo, bien porque lo necesita como bienes de primera necesidad, bien porque otorga un estatus frente a otros. Cada persona decide en su interior el eco del tener. El espacio interior, no tanto reducido como limitado, se llena con tangibles o con intangibles o, mejor, con un porcentaje de cada uno. La composición media permanece más o menos constante en cada indivi-



duo. Si prima lo tangible y no se detecta o se considera óptimo, se abrirá una brecha antropológica que ha de repararse.

El filtro de lo material debe tener reducida porosidad dada la alta presión externa que ejerce sobre la persona. Lo material –como el gas– tiende a extenderse y a ocupar todo el espacio. Además, a mayor tenencia, más sensación de necesidad; a más tangible, menos sensibilidad para lo intangible. Por principio, tangibles e intangibles son complementarios; en la práctica, se invaden y sustituyen. Lo tangible en exclusividad conduce a una visión de muy corto plazo, a una vida volcada en lo inmediato, con nula perspectiva; sitúa en la banda baja, donde el individuo queda atrapado. La satisfacción basada en la exclusiva posesión material imprime un estilo superficial de vida, con baja probabilidad de cambio precisamente por la falta de inquietud derivada de esa situación.

El arquetipo sabe tener utilizando lo material con señorío y sacando el máximo provecho. El criterio de rentabilidad no es exclusiva empresarial; aquí aplicado, es la obtención de alto beneficio dada una inversión. Se trata, por tanto, de disfrutar con lo que se posee. Un estatus desproporcionado resulta un insulto antropológico no sólo a los menos favorecidos sino al hombre mismo, porque daña su identificación más profunda.

El tirón antropológico positivo que ofrece el arquetipo empuja hacia arriba de lo intangible. Su presencia mayoritaria ofrece alternativas válidas para salir de esa atrofia. Una acertada gestión de lo material es un ejercicio de media ponderada entre el mínimo y el máximo para obtener el óptimo.

El prototipo en este punto mantiene una relación adecuada con el mundo material, sacándole partido sin dejarse dominar por él. Sin desprecio ni vasallaje. Con el reconocimiento que merece y, a la vez, con



señorío. Es un arte el tener. No es cuestión de cantidad sino de calidad de relación. El sentido de ésta lo otorga siempre la persona, ya que las cosas son pasivas y se limitan a ser utilizadas; la gallardía o el servilismo radican siempre en el humano.

Un rasgo del modelo bien puede ser, también, la distribución de modo equitativo a quienes corresponde. Es el dominio de las cosas para ponerlo al servicio de las personas. Dar juego a cada instrumento con el fin de que rinda al máximo de sus posibilidades. Es un primer paso para ejercer esa misma actitud con las personas y su potencial; se trata de un entrenamiento, dado que las cosas se dejan manipular –aunque en más de una ocasión son ellas las que manipulan al individuo a través de la adicción– mientras que entre los humanos se abren espacios de libertad.

Otro perfil imitable es el de la utilización de la técnica, considerada no como único límite del actuar humano sino como posibilidad al servicio del hombre, ampliando sus capacidades pero sin sobrepasar las barreras de lo humano.

ii) Personas

Toda relación puede ser de igualdad, superioridad, inferioridad o cabe también la indiferencia. Entre humanos, sólo cabe la primera en sentido estricto, pero con el matiz de considerar a otros en algún aspecto superiores por el afán de aprender de ellos; en definitiva, considerar que es posible su aportación. Se trata de una actitud positiva de admiración para descubrir lo novedoso en otros. Los más valiosos son quienes, paradójicamente, son más receptivos para aprender. Calla y observa el que sabe, y por eso sabe más cada vez. Por el contrario el autosuficiente, que no admite nada de otros, se empobrece cada vez más.



El ámbito familiar, el de amistad, el vecinal, el laboral, etc. son redes de intercambios enriquecedoras para cada miembro, en donde aporta y es capaz de recibir. Es más: en la medida en que da, se habilita para recibir. Se recibe dando; es como si, al entregar, se abriera una rendija por donde entra igual o más de lo que sale. La relación con personas siempre es de doble dirección; no debería ser alienante y jamás repetitiva. Lo humano carece de todo mecanicismo propio de cadenas de producción. Incluso los hábitos, que admiten cierta facilidad semiinconsciente, se resisten a la programación.

Para el arquetipo-relación, el trato con personas siempre es diferente y constituye encuentros con el núcleo humano invariablemente novedosos. Nunca son contactos exclusivamente técnicos y no se deja, por tanto, llevar de la parcialidad que ahoga el sentimiento y trata a los otros con la complejidad que les caracteriza, como seres completos, y respetando su identidad.

El prototipo ayuda a aprender de los demás, a tratarles del modo adecuado; a entender la diversidad; enseña a maximizar su potencial, a interaccionar correctamente (ni excesiva independencia ni agobiante proximidad), a respetar y fomentar la libertad ajena.

Lejos del arquetipo pasar por encima de las personas para alcanzar sus propios intereses; las prisas, que queman el ambiente cordial. El modelo interacciona en profundidad con cada persona, captando la carga humana del interlocutor, de tal forma que la estimula y a la vez se beneficia de ella. Él, a su vez, actualiza sus rasgos humanos con esa relación. En este *intercambio antropológico* de alto nivel todos ganan. Permanecer en la zona periférica de la persona daña su centro neurálgico. El escalón humano se debe subir sea cual fuere el tema y situación de que se trate. Lo más material y lo más intangible debe enmarcarse en un marco antropológico. Nadie debería nunca bajarse de nivel por muy atractivo que pueda parecer; descender de plataforma significa parciali-



zar injustamente la unidad sagrada de la persona, donde siempre debe imperar lo superior. En la relación con personas descender ese escalón humano significa:

- Tratar a alguien como subordinado en lugar de compañero o colaborador.
- Servirse de alguien con el fin exclusivo de obtener favores o privilegios.
- Prescindir de él en decisiones que le afectan.
- No contestar.
- No responder a sus necesidades globales aunque no sea consciente de ellas.
- Tratarle exclusivamente como lo que es ahora y no como quien debería llegar a ser.
- Tratarle sólo en sus aciertos/errores y no en sus rectificaciones, etc.

Se trata de la relación adecuada con cada persona, según el ámbito (familiar, laboral, etc.), sin confundir funciones, aunque no estén escritas. La posición que corresponde al individuo es una y determinada, y es preciso ganársela. La posición moral no depende tanto de los otros como de uno mismo: del concepto de sí –ganado por hechos– y de la destreza en su demostración.

El prototipo trata a las personas con la exquisitez originada en su interior. Humanidad que es transmitida y que no genera dependencia pasiva sino que invita a tomar activamente esa actitud de tal forma que se expande como el gas noble, nunca mejor dicho. Confianza y respeto por la persona, no tanto por lo que hace o dice sino por lo que es en sí misma y más, por lo que puede llegar a ser. Mira a las personas como proyecto en fase de realización, con una gran carga potencial que debe ser dirigida por el propio sujeto pero alentada también desde el exterior. Relación que desarrolla, que impulsa, que anima. Novedosa. Que



une, que toma lo positivo como relevante, que hace crecer, que genera estabilidad, empatía y ganas de hacer bien las cosas. Acepta de fondo razonamientos diferentes y contrarios a los propios dejándose modificar realmente si los argumentos no sólo son convincentes sino que le convencen.

No da saltos inadecuados en el trato con las personas, sino que respeta todos los pasos. Este ritmo no es el natural entendido como el más cómodo, el que aparece sin proponerse nada sino que se trata de la cadencia exigida por el proyecto, marcado por el desarrollo, no forzado pero sí liderado por el espíritu. Ayuda a descubrir un paso más acelerado porque persigue una meta.

Sus relaciones sociales son puente para otros: es facilitador de gestiones. Su agenda de contactos no es inaccesible sino que es canal de encuentros oferta-demanda. Rompe el fuego en situaciones difíciles y sabe poner broche de oro en reuniones complicadas. En el ámbito laboral, no considera a los demás como competidores contra los que ha de defenderse sino como compañeros compartiendo un mismo afán. Socios que se complementan y ayudan recíprocamente.

El mejor *yo* engendra el mejor *tú* en una escala antropológica interactiva ascendente que también se puede malograr cambiando –brusca o paulatinamente– el sentido. El *tú* es el entorno adecuado para el *yo*. Esta relación, bien entendida, constituye una trama rica en interacciones de donde surge sinérgicamente un *nosotros*, que se extiende a tres o más individuos. Es modelo quien entiende que el yo excluyente decrece hasta paralizar y extinguir lo más valioso que encierra. Entiende que la relación conduce a la plenitud, o al menos al desarrollo; genera creatividad y no sólo mantenimiento.

Existen asimismo personas que generan confianza a su alrededor. Con su aplomo y gallardía, aportan seguridad y estabilidad al sistema.



Una estabilidad que no es quietismo sino evolución organizada, sin riesgos innecesarios porque conocen su tema en profundidad, donde no hay cabida al desinterés, improvisación ni sesgada intención. Correlación positiva, siempre de suma, donde lo compartido es punto de encuentro e impulso para el desarrollo de ambos extremos de la relación.

Existen también modelos en su expresión en público: fluidez, vocalización, orden lógico de ideas, tono adecuado, etc. Pausas transmisoras de densos contenidos, que dicen más que las palabras. Silencios y miradas que orientan; gestos capaces de penetrar.

Existen personas con talento que no sólo captan la aptitud ajena sino que facilitan que esa capacidad salga a la luz. Se trata de dos fases claramente diferenciadas; muchos no alcanzan ni la primera: descubrir y valorar en otros individuos valores emergentes. En un segundo hito, esas promesas necesitan campos de oportunidad para demostrar quienes son o, mejor dicho, quienes pueden llegar a ser. El segundo paso supone ofrecer ocasiones de desarrollo a esos novatos de alto potencial. Corresponde a los ya actualizados o en vías de progreso, con un cierto bagaje en su curriculum. Existen arquetipos que sacan a flote las posibilidades escondidas o tímidamente expuestas por el protagonista. En un mundo cerrado en relaciones, donde los ocupados lo son cada vez más y quienes todavía no lo son pero podrían serlo tienen cada vez más dificultad para ser conocidos, en ese ambiente, es modélico quien puede y quiere promocionar esos talentos emergentes. Pocos son los que pueden y quieren. Quizás más que de dinero sea cuestión de apertura a inéditas posibilidades con quienes se piensa que destacan, con cierta dosis de riesgo en cuanto apuesta de futuro. Dar ese paso de la mano de otro para seguir desarrollando es imprescindible. Apoyarse en un experimentado es básico para dar el salto. El arquetipo es trampolín que impulsa y a la vez dirige el tiro hacia lo desconocido. Pero si la



apuesta no se inicia en algún momento, difícilmente se ganará la partida.

En la misma línea, existen arquetipos en el modo de prestar asentimiento a personas y acontecimientos, en la acogida en su interior de modo consciente y patente. Es actitud que compromete, que ata, que establece relaciones y lazos profundos porque se apuesta por esa persona o proyecto. El modo de apoyar, sin palabras muchas veces, es actuación que sobresale del anonimato cómodo de quien siente rechazo o, peor, indiferencia.

También supone un ejemplo imitable quien se involucra voluntariamente en espacios no obligados pero sí interesantes. Quien no se mueve en la banda de mínimos sino que dedica, *a tiempo perdido*, ciertas dosis de esfuerzo a tareas humanizantes, que nada tienen que ver con la sofisticación. Son personas sensibles a las necesidades de otros que saben posponer algo de su tiempo libre para una causa digna de mención. Y sin darse importancia. Es un esfuerzo retribuido en intangibles, sin aparato y con gran eficacia.

iii) Espacio-tiempo

Existen arquetipos en el manejo de las coordenadas de situación del hombre: espacio-tiempo. Aunque se trata de parámetros objetivos, el hombre los interioriza y marca un estilo y utilización personales.

Espacio. Existen modelos de los cuales podemos aprender, que logran situarse correctamente en la coordenada espacial en cuanto a distancias, recorridos y caminos críticos. Conocen –o se interesan por– la posición adecuada que optimiza recursos.

Excepto en viajes de placer, en los que el trayecto se identifica con el fin, es preciso minimizar el desplazamiento, que en muchas ocasiones



desperdicia las mejores energías. Quienes, plano en mano, estudian el terreno, optimizan medios.

Este arquetipo no deprecia las distancias, pero tampoco las exagera. Ubicarse en el punto correcto en cada circunstancia no es patrimonio de todos. El prototipo representa en la mente el plano espacial para así poder orientarse. Aquí se encuadra la optimización de recorridos, de trayectos y la elección de los medios adecuados.

No plantearse tragedias en relación al espacio es síntoma de salud y agilidad mental más que física. El dominio de esta variable significa que se encuentra al servicio del hombre. Es un diálogo interactivo con el entorno espacial en el que la persona reconoce distancia objetiva y la trata de la manera adecuada, con los medios técnicos disponibles.

En un sentido más inmaterial, retroceden para retomar el camino adecuado. En ocasiones eligen una senda más larga para asegurar la llegada a la meta. Trazan de antemano los senderos que luego son capaces de abandonar cuando encuentran alternativas mejores. Saben distanciarse de los problemas para tomar perspectiva. Un minuto de preparación antes de emprender la ruta ahorra horas de trayecto.

Pisar tierra, relacionar, tomar conciencia del entorno otorga madurez, seguridad y acierto. La mente demuestra, una vez más, su capacidad de aprehender datos externos para capitalizarlos a nivel humano.

Por otra parte, el poder de la mente es capaz de saltarse las barreras espaciales, por su carácter intangible. En ocasiones también el humano experimenta la distancia insalvable –física o no– por la que capta su limitación. La tecnología suprime barreras aunque, en ocasiones, es generadora de ellas cuando construye barreras.

El ejemplar enseña a dimensionar correctamente los asuntos en su interior, a considerar el espacio que corresponde a cada tema y ámbito



sin solapes ni atropellos dañinos. Lo antropológicamente relevante debe ocupar un gran espacio y lo más trivial se confina a un rincón.

Tiempo. El tiempo es una variable de carácter antropológico –sólo el hombre es consciente de ella– y, por tanto, es administrada por su cabeza, voluntad y corazón. Parámetro objetivo y subjetivo a la vez, puesto que los acontecimientos no sólo poseen un ritmo externo sino también una repercusión interna.

Quien gestiona modélicamente el tiempo –el propio y el ajeno– sabe situarse al comienzo y al final y, por tanto, en la duración. Rentabiliza esta variable porque la maneja con maestría; es experto en ritmos y cadencias. Sabe poner al servicio del presente –único momento realmente disponible– el pasado para aplicarlo al futuro. No permanece anclado en el pretérito ni fuera de su tiempo. No considera el futuro como dado e irremediable. Dedicar el tiempo necesario a cada actividad, sin atropellos ni actitudes desquiciantes. Tampoco consiente en demorar o dilatar actividades con criterio de disponibilidad en lugar de la duración que requiere cada una. Conoce y respeta el ritmo natural de cada acontecimiento. Se representa mentalmente la duración y el desarrollo de los hechos, que ayuda sin duda a prepararlos y otorgarles la importancia debida. No abusa de su tiempo ni del ajeno porque lo considera un valor preciado que es preciso administrar bien. Combina bien trabajo y ocio, seriedad y entretenimiento. Siempre activo, también en el descanso.

El corto plazo es vivido por el arquetipo siempre a la luz del largo. La mente de largo plazo gestiona bien el corto, pero no a la inversa: los apresados por lo inmediato carecen de perspectiva para encauzar correctamente el tiempo. Es en el futuro donde se entiende y define el presente. En el futuro se moldea el *hoy* a la luz del *ayer*. No vive en el instante sino en el presente entretejido por ricas experiencias y alentado por interesantes proyectos. La cadencia de segundos, días, años es uti-



lizada a su favor sin sorpresas, precipitaciones asfixiantes ni lentitudes que agostan iniciativas.

La gestión del tiempo es factor clave como bien escaso. Entran aquí la definición correcta y el respeto de plazos marcados, la quietud necesaria para el análisis de problemas así como el adelantarse a ellos para comenzar a poner remedio incluso antes de que aparezcan. Saber esperar no es aspecto banal. Dar el margen de tiempo preciso a personas y acontecimientos, según su naturaleza, es gran sabiduría. El ejemplar optimiza el tiempo –muy diferente del simple control– sabe esperar en ocasiones, adelantarse en otras, prevenir o prescindir del tiempo establecido cuando la circunstancia lo requiere.

El arquetipo no tiene la mente ausente del cuerpo, tratando de resolver problemas todavía inexistentes a destiempo. Maestro en dilatar –eternizar en su interior– momentos especiales; capaz de mantener una foto fija de la imagen que alienta.

d) Estilo

Como resumen o efecto de lo considerado con anterioridad, se puede hablar de las características de una persona en su conjunto que marcan un modo peculiar de ser, de hablar, de vestir, de moverse, de relacionarse, de enfocar. Ese cúmulo de formas que responden a un contenido interior puede resultar atractivo. El modelo así considerado no se analiza pormenorizadamente sino que ofrece una percepción global que, por supuesto no es fruto de la casualidad, pero que sí es consecuencia de muchos factores cultivados con esmero por el arquetipo y que resulta de gran atractivo. Aparece aquí el efecto sinergia como potenciación de los parciales en un total mejorado.

El estilo del modelo implica gusto, elegancia, distinción. Una vez percibido este efecto, corresponde acercarse a él para investigar las



razones de nuestro interés. Se conjugan aquí multitud de aspectos que, analizados en detalle, perderían fuerza y frescura, naturalidad y capacidad de convicción. La diversidad intangible humana hace difícil el análisis pormenorizado del estilo como resultado de sumandos superpuestos y diferenciados, ya que el estilo sintetiza cantidad de matices y convicciones profundas que son, en la práctica, efectos inseparables que se potencian unos a otros. Esa peculiaridad un tanto misteriosa e inexplicable es, sin duda, fuente de inspiración para muchos que se sienten atraídos sin poder definir las razones.

Ejemplos de estilos que pueden resultar modélicos son el amigable, pacífico, integrador, culto, elegante, respetuoso, laborioso, positivo, abierto, coherente, y un largo etc. teniendo en cuenta que no hace referencia a ningún ámbito específico. Responde, ciertamente, al estilo interior que se trasluce al exterior porque la dirección correcta es siempre: desde dentro hacia fuera y quien pretenda saltarse esta regla descubrirá de inmediato la superficialidad externa carente de verdadero fundamento. El prototipo material incita al inmaterial. Lo malo es cuando detrás no hay nada, es decir, sólo exterioridad.

No se trata sólo de conjugar cada una de las potencias espirituales, maximizando cada una por separado. Es éste un análisis necesario pero no suficiente, dado cómo se presentan en la realidad: integradas en una única persona, con influencias recíprocas profundas. El efecto de la acción en un aspecto depende de los otros y a su vez incide en todos los demás campos. Un ejemplo en el área es que el juicio sobre una persona dependerá de la voluntad que se tenga para entenderla, del afecto con que se la trate y de lo que se recuerde de ella, entre otros aspectos. Lo mismo sucede con el prototipo físico: la expresión y el vestido están íntimamente relacionados con la figura y el arreglo, por ejemplo. El modo de combinar estos ámbitos puede ser también materia del arquetipo.



4. ARQUETIPOS DEL ACTUAR

El camino hacia el hábito operativo es largo y recurrente. Sin el ejemplo-guía, podría resultar tedioso y poco creíble. Junto a él, es más fácil su inicio, el reinicio tras las paradas, reencaminar los desvíos, mantener el ritmo adecuado, resistir hasta el final, sin desánimos. El hábito, en su repetida constancia, choca con la mentalidad actual de consecuciones inmediatas y fáciles, donde impera la rápida conquista.

No interesan aquí actuaciones aisladas sino hábitos operativos alcanzados por el modelo a raíz del esfuerzo constante —que no monótono—. No se proponen suertes externas acaecidas como fruto del azar sino las consecuencias de hábitos incorporados, tras largo rodaje, que constituyen todo un bagaje de actuación. El resultado posible anima a iniciar el trayecto en esta misma dirección y sentido, o trasponiendo sabiamente los términos. La mirada queda fijada en el punto alto y no en la cuesta. Es animante comprobar en otro el hábito maduro, porque es promesa de posibilidad, es teoría comprobada, es futuro en presente.

La actuación en los diferentes ámbitos en los que la existencia humana se desarrolla es, también, objeto de modelo. Puede inspirar en su totalidad o bien en alguno de ellos. La acción sigue al ser. Refleja cómo la persona es; de hecho, se la conoce por su actuación. Los actos hablan del sujeto. Se admira el modo de estar, de comportarse, de relacionarse con el entorno en simbiosis perfecta con uno mismo, con un planteamiento integrador, original, sin excentricidades; donde el dominio de situaciones se impone al descontrol, al desconcierto y al escepticismo.

Cada individuo inicia en su interior la propia actuación desde la intención y el deseo. Cada uno deja su impronta en los actos que reali-



za y, a la vez, éstos influyen en el propio sujeto. En ocasiones, como si de un extraño se tratara. Las acciones son consecuencia del ser pero también son causa suya. Se actúa como se es, pero también se es según se actúa. Existe una interactividad entre ser y actuación que en la persona tiene gran importancia.

Se parte de la relación de la persona consigo misma y, en círculos concéntricos, la relación familiar, de amistad, profesional, social y pública.

A las personas se las conoce en su actuación diaria. No exclusivamente en las reuniones preparadas donde todo está ensayado y no queda apenas espacio para la improvisación pero tampoco para la naturalidad. Donde se ha pensado el *qué*, *cuándo* y *cómo* con detalle de tiempos y espacios. De una actuación brillante quizás es capaz cualquiera, pero el modelo enseña a nivel de hábitos. Se trata, pues, de imitar, no tanto los ambientes externos sino, por una parte, su reacción ante ellos y, por otra, su actitud para generar o cambiar una atmósfera de partida. El arquetipo enseña a reaccionar ante situaciones adversas, o a modificarlas en lo posible; también a dejarse influir adecuadamente por ellas y a generar, mantener o desarrollar otras más enriquecedoras para las personas.

El ser humano, básicamente relacional, tiene mucho que aprender y aportar en su ambiente más próximo.

La facilidad que se advierte en el hábito interiorizado del modelo anima a emprender su consecución. El ejemplo de la meta ya alcanzada arrastra con fuerza. El hábito adquirido hace que parezca natural lo que se ha obtenido después de mucho esfuerzo y de machaconas repeticiones. A mayor calidad de resultado, más esfuerzo y tiempo invertidos, aunque también podría deberse a una situación de partida superior.



El arquetipo puede serlo por la acción en sí, por las razones que le llevan a esa actuación, por el modo de realización o bien por los resultados conseguidos.

No es poca ciencia la de posicionarse bien en una conversación, en una reunión y por supuesto en un trabajo y en la sociedad, empezando por la situación ante uno mismo. Hace el ridículo y es rechazado quien se desplaza fuera del lugar que le corresponde, el inoportuno, quien no se encuentra a sí mismo ni se sitúa respecto de otros, ni es capaz de situar adecuadamente a los demás.

Aunque la persona es la misma en los diferentes ámbitos, en cada uno de ellos despliega unas características peculiares porque cada uno requiere unas pautas diferentes de actuación. Por tanto, se pueden generar unos modelos específicos adaptados a cada uno de ellos. Aunque también es cierto que existe cierto factor común, el propio *yō*, y que no existen realizaciones personales en compartimentos estancos, totalmente independientes.

La actuación refleja a la persona: cómo es, qué valores aprecia, etc. Interesan, y mucho, los modelos de actuación porque detrás de ellos descubrimos modos de ser, arquetipos de personalidad que ponen en práctica aquello que se aprecia. No se persigue la casuística de infinidad de situaciones a las que potencialmente uno se enfrenta, sino el modo peculiar de afrontar y resolver esas situaciones. En definitiva, el ser humano que es origen de esa actuación.

Al final, en la integración se apunta algo que resulta interesante: la complementariedad de ámbitos y las prioridades entre unos y otros, que se evidencian en las elecciones cuando son alternativas.



a) Ámbito personal

Puede resultar atractivo y aleccionador el modo que tiene una persona de gestionarse a sí misma. En su actuación y actitud se adivina el concepto que tiene sobre ella misma. Es aleccionador si esa posición es alta, como corresponde a la categoría humana. Si el desprecio a los demás es ruin, también lo es, y no menos, el desprecio a uno mismo, la autodestrucción desde el interior.

Las fuentes de inspiración en el ámbito personal del arquetipo pueden advertirse en múltiples aspectos (el ser humano posee infinitas posibilidades). Se destacan algunos de ellos:

- *Concepto de persona* como alguien superior, admirable, insustituible, sublime independientemente de sus posesiones y de sus características. Nunca se considera puente con carácter instrumental que sirve para algo y se degrada cuando no llega al mínimo exigido –por otro–.

- *Concepto de sí mismo*, como de alguien con potencial para desarrollar con esfuerzo y apasionamiento a lo largo de su existencia. A quien se respeta en lo más profundo porque, aunque se pertenezca, en realidad le ha sido dada su propia realidad. Se trata de un respeto a sí mismo desde lo más íntimo, en completa armonía con lo que se es y, principalmente, con lo que se quiere llegar a ser. Respeto y optimización –no cabe ésta última sin el primero– de la propia naturaleza humana y de la especificidad personal intrínseca a la propia identidad.

- *Interioridad*. Atraen las personas con mundo interior porque, lejos de la complejidad, indican ricas vivencias sabiamente asimiladas, de las que se ha obtenido el máximo beneficio. Gente con algo que compartir, con quienes se mantienen interesantes conversaciones porque tienen mucho que aportar. Individuos que penetran hasta la misma intimidad por su peculiar peso específico, medido cualitativamente. No es misterio ni rareza, sino densidad de experiencia adecuadamente gestionada;



beneficio propio que redundo y brota con naturalidad en el bien de los demás.

– *Inquietud intelectual*. Es un afán de largo trayecto que no se agota en un autor, en un libro ni en un consejo. Es una necesidad vital de aprender, de proyectar, de fijar metas asequibles aunque lejanas, de perfeccionarse, de humanizarse, que no tiene límite de profundidad. Es un modo de pensar y de relacionarse que nada tiene que ver con titulaciones ni reconocimientos públicos. Es impulso interior, que no sólo acepta la ausencia de empujes externos sino que va en contra de la corriente ajena. Inconformismo de raíces profundas que se manifiesta en el afán de:

- * Formarse, leer, retener y aplicar lo aprendido.
- * Conocer a personas interesantes para aprender de ellas en conversaciones inteligentes que dejan huella.
- * Definir y actualizar el propio plan de desarrollo personal.
- * Preguntarse sobre temas vitales como actitud continua. Cuestiones que abren caminos, que ayudan a avanzar, que hacen pensar, que remueven potencialidades dormidas de unos y otros, fruto de planteamientos nunca pasivos.

– *Intensidad de vida* que no se identifica con agitación vacía y dispersa sino con una existencia en continua activación de situaciones enriquecedoras en sentido cualitativo. Siempre con algo interesante entre manos –y en la cabeza–. Individuos cuyas mentes arrastran de tal modo el cuerpo que lo rejuvenecen y potencian al máximo. Viven de proyecto en proyecto –y simultaneando varios– nunca pierden el tiempo ni dejan al azar las riendas de sus vidas. Nada interesante queda desvinculado de su meta.

– *Gestión del tiempo antropológico*, entendiendo por éste la organización interna del tiempo personal. La administración del propio pasado



implica la capacidad de reconocer y aceptar errores y reconducirlos de modo productivo; asimilar la experiencia sin dejarse atrapar por ella; descubrir las oportunidades presentes y generar proyectos de futuro retadores. Existen arquetipos que enseñan a adecuarse a la edad física con lo que ésta implica de impulsos frenéticos o limitaciones y en quienes permanece una edad interior psicológica en perfecta madurez y en sintonía con la realidad. Respecto al tiempo presente que, por otra parte, es el único que se puede gestionar *on line*, el modelo enseña la administración eficaz de la distribución ocupación/ocio. El logro de tiempos de descanso, tan necesarios para un mejor rendimiento, puede ser objeto de aprendizaje, tanto en su concepto (parón físico, apertura tranquila a otros, cambio de chip...) como en la aplicación práctica. Puede servir tanto la previsión como la adaptación a lo imprevisto; el deporte como una actividad cultural o social relajante. Es evidente que no todos saben descansar; es más, muy pocos saben. Como todo lo humano, es necesario aprender y adaptarse tanto a la edad como a las condiciones propias de cada uno. Se puede copiar el saber cortar con la actividad, el organizarse con antelación, el compaginar variados tipos de actividad y tantas otras posibilidades que ofrece el mundo humano y que no se reducen a la televisión y los juegos de ordenador, aunque éstos también entran como una opción más al servicio de la persona.

– *Actitud básica vital.* Puede parecer un tanto general pero responde a un perfil que bien se puede admirar en determinadas personas y que hace referencia a cómo enfocan la vida: dificultades e ilusiones. No se refiere tanto a la primera impresión que los acontecimientos producen como al enfoque-base abierto, positivo, conciliador y explorador de soluciones que, gracias al natural temperamento y/o al repetido ejercicio de autodisciplina se ha conseguido después de años. El espacio interior, cultivado con esmero, tamiza lo que procede del exterior y lo transforma adecuadamente para provecho propio y ajeno. En el arque-



tipo, el interior domina lo exterior, lo humaniza, lo aprovecha en todo su potencial.

b) *Ámbito familiar*

No se trata tanto del deseo de tener una familia como la del arquetipo como del modelo en cuanto a los rasgos conceptuales y prácticos en torno a este ambiente fundamental. Se hace referencia a algunos rasgos arquetípicos:

Concepto de familia. La familia, en sentido amplio, constituye un tipo especial de relaciones profundas y externas, vitales para el desarrollo de la personalidad y no sólo en la primera etapa de la existencia. El arquetipo enseña un concepto de familia amplio y desarrollador en contra del reducido y agobiante que encorseta y llega a paralizar. Aquel que facilita y es apoyo, donde se reconducen las trayectorias personales y profesionales de sus miembros mediante los consejos y el ejemplo. Donde la distancia geográfica no es representativa de nada porque aparece más gélida y distante en muchas relaciones cercanas pero plenas de cinismo.

Bien se trate del entorno donde el arquetipo ha nacido y crecido o bien en el que ha formado, su concepto teórico y práctico sirve de guía y pista de aprendizaje: fundamental, prioritaria, humanizante, básico desarrollador de potencial humano, descansante... espacio antropológico por antonomasia. Si en ningún ámbito de la existencia se improvisa con éxito asegurado, en éste quizás menos dada su baja capacidad de reposición verdadera.

Espacio interior. Para el arquetipo, la familia no es marginal, mero punto de apoyo para las propias necesidades. Es un espacio que se defiende cada día con decisiones, actitudes y actuaciones que manifiestan el grado de importancia que en la práctica se le da. No es un mero conci-



liar; se trata de integrar objetivos, descubrir sinergias, acceder a un mejor estatus personal y por tanto familiar, etc. Admiramos del arquetipo su concepto de familia fuerte, arraigado, seguro. Que rechaza todo lo que, de lejos, pueda desfigurar la línea trazada. En alerta continua –que no estresante– para avanzar sin retroceder en territorio ya conquistado.

Dedicación real. El modelo se hace más creíble cuando el concepto de familia se evidencia en la práctica. Más allá de las teorías y convicciones –que son, ciertamente, causa de la acción– resalta la dedicación real a la familia. No la eventual por situaciones extraordinarias de enfermedad, vacaciones o fiestas, sino la cotidiana. Y no sólo se refiere al tiempo cronológico sino a aspectos más cualitativos como la actitud, colaboración, valores compartidos, compromisos cumplidos, intereses comunes generados o habilidades ofrecidas.

c) **Ámbito amistad**

El concepto de amistad que ha forjado el arquetipo no es fruto de elaboración teórica ni idea preconcebida. Es convicción profundamente humana llevada a la práctica con un éxito antropológico pleno de naturalidad –que jamás es sinónimo de ausencia de esfuerzo–. El arquetipo-amigo enseña a tener verdaderos amigos, personas a las que se demuestra un afecto personal, puro y desinteresado que se fortalece con el trato.

Un haz de personas que están a su alrededor cuando verdaderamente lo necesita, con las que *comparte* intimidades, con las que no prepara temas de conversación porque fluyen de modo espontáneo y apasionado. Con quienes se desahoga y se alegra. Con quienes sueña el futuro y recuerda el pasado. Junto a ellos no existe el reloj y con ellos nunca se



da el aburrimiento porque lo compartido es profundamente humano y, por tanto, inagotable el tema.

Del modelo-amigo se aprende el *interés* por la persona globalmente considerada, su correspondencia incondicionada, sus favores generosamente ofrecidos y realizados, su trato como único, su dedicación de tiempo para el cultivo de la relación.

El modelo vive el amigo como alguien en quien *apoyarse*, de quien aprender, a quien escuchar, con quien disfrutar, compartir enfoques, relajarse. De quien siempre se considera deudor. Descubre en el amigo lo que de valioso tiene y le ayuda a maximizar sus posibilidades. La amistad es un medio de *optimización de mutuas potencialidades*.

La amistad desarrolla la *admiración*, cuestión nada desdeñable dado que es el principio del filosofar. Se contempla la eficacia del amigo, su constancia, sus dotes persuasivas, su laboriosidad... En definitiva, se resalta aquí la consideración del amigo como un modelo a quien modelar e imitar a la vez. La riqueza antropológica es tal que se descubren infinitos matices para ayudar y ser ayudados, aportar y aceptar, corregir y aprender de modo simultáneo. Subyace la confianza y la valoración cualitativa en el tú-persona. Contagia y atrae la humanidad que defiende y vive en primera persona.

El arquetipo-amistad suele estar rodeado de personas valiosas porque genera *relaciones de alta calidad*. Es recordado también en vida. Con él, cada uno se considera único y se explica por el carácter multiplicador de los intangibles. Considera que el trato enriquece su personalidad, cuestión vital en personas de profundo calado antropológico que valoran siempre lo inmaterial como superior. La interacción profunda que se establece entre el arquetipo y su amigo es más duradera que cualquier relación basada en intereses compartidos; la unión es personal, y esa base individual es permanente.



d) Ámbito profesional

El arquetipo-profesional ayuda a desarrollar, en el ámbito laboral, lo más profundo del ser humano –voluntad, inteligencia, corazón– lo más científico en el conocimiento y lo más artístico en las habilidades. Ante él, se progresa; su trayectoria, orienta; sus éxitos, estimulan.

Mantiene el puesto de trabajo mientras le permita mejorar y pueda aportar. Combina la altura de miras con alta carga de realismo. Jamás conformista, siempre con ilusiones, nuevas o antiguas-renovadas. Difícil encontrar modelo en el ambiente actual tan pleno de estados subjetivos de supervivencia y del mínimo esfuerzo.

Concepto de trabajo. Para el arquetipo, el trabajo es actividad desarrolladora de potencialidades; servicio; aportación personal al progreso; creación de soluciones; apertura a diversos modos de pensar; generación de equipos. Potenciador de atmósferas amables y eficaces. Con-junción humano-técnica que desarrolla capacidades.

Prestigio profesional. Refleja el estatus, resultado de repetidas, esforzadas y acertadas actuaciones. Modelo en objetivos alcanzados y medios utilizados, brillante tanto con las personas como con la tecnología. Ganado a pulso, no consecuencia de relaciones familiares ni de amiguismos.

Carrera profesional. Diseñador de su propia trayectoria, no espera pasivamente opciones de terceros. Aspecto relevante no sujeto a la improvisación. El modelo enseña su actitud activa, su saber esperar: no forzar ritmos sin dejar pasar oportunidades. Flexible y a la vez con cierta rigidez en sus metas para no cejar cuando aparece la dificultad. Mira más hacia delante pero sin dejar de aprender de la experiencia propia y ajena.



Delegación. El arquetipo distribuye las funciones entre las personas que de él dependen de modo adecuado para potenciar las capacidades de todos y del conjunto, para ganar así eficiencia de largo alcance. El arquetipo no hace nada que no le corresponda –en condiciones de normalidad– y exige a cada persona algo más de lo que da en el momento actual con el fin de desarrollar el potencial que vislumbra en sus colaboradores.

Relación. Las relaciones específicas del ámbito laboral en todos los niveles son optimistas, naturales, humanas, amables y exigentes; positivas, abiertas a nuevas ideas si convencen y mejoran los planteamientos actuales. De actitud refrescante y colaboradora, adecuada siempre a las circunstancias. Ejerciendo la autoridad cuando es no sólo posible sino conveniente.

e) Ámbito social

El arquetipo-social se considera parte activa en su sociedad. No sólo es receptor de noticias que acaecen en su entorno más próximo y que le afectan en mayor o menor medida sino que es generador de esos acontecimientos. No queda mimetizado con el ambiente sino que se identifica como individuo activo en entornos no estrictamente privados. Posee convicciones fuertemente arraigadas que defiende, argumenta y difunde. Huye de la indiferencia en aquellos planteamientos de otros que le afectan de alguna manera. Lucha por lograr una atmósfera más respirable donde se puedan desarrollar –de modo sostenible– las capacidades de todos.

Este arquetipo no se reduce a la pertenencia a una ONG, con todo lo que esto implica de preocupación por la necesidad ajena, y no en teoría sino en la práctica. Tampoco se limita a las actividades solidarias que, de modo individual, ayudan a sectores menos favorecidos.



Es modelo en este ámbito quien estima que puede aportar a su sociedad gracias a su inconformismo. Se sitúa en el terreno de las ideas: ofrece alternativas porque antes ha pensado que existen otros caminos posibles –que no fáciles– para llegar al mismo fin. Goza de un espíritu crítico positivo generador de opciones, algunas inéditas; alimenta ilusiones de futuro; afronta el *qué* y el *para qué* antes del *cómo*. Entiende que es la persona el centro de la sociedad y que todo debe girar en torno a ella, respetando su peculiar forma de existir, común a todos los humanos. El hombre como tal –y no la masa, mayoría abstracta– es el usuario principal de la estructura social. Y, a la vez, su máximo creador y destructor. Intenta no sólo mantener sino facilitar un ambiente positivo que permita explicitar las cualidades aún no descubiertas.

Para el arquetipo social, no todo lo que ve a su alrededor es totalmente positivo ni plenamente negativo. Contempla la realidad existente como mejorable y se siente interpelado en el intento de mejora. Aporta sus ideas, su voluntad, su tiempo y esfuerzo a ámbitos cercanos, no estrictamente propios. Entiende que, al trascender éste, la mejora del entorno redunda de modo casi inmediato en su particular beneficio.

El método posible a aplicar del arquetipo podría constar de las siguientes etapas, de las cuales puede ser más o menos consciente:

– *Desarrollo* de ideas que expliquen y defiendan ciertas opciones de comportamiento mejores que otras. Requiere talento, tiempo y voluntad para pararse a pensar y profundizar en argumentos explícitos que ayuden a otros a fundamentar lo que viven o bien a abrirles nuevas opciones insospechadas y mejores. Ideas que facilitan la escalada a un nivel superior, que pueden revolucionar el interior de muchas personas y, en cadena, redes sociales que supuestamente aparecían como inamovibles. Son revulsivos que actúan en mejora de unas estructuras caducas y dañinas para el hombre.



– *Sistematización*, que puede ser más o menos formal. La preocupación social lleva consigo la argumentación ágil y debe responder a distintos niveles y necesidades, por lo que su elaboración no debe considerarse terminada hasta que sea capaz de convencer o al menos de explicitar todo el potencial que la verdad alberga.

– *Difusión* en su sentido más amplio, no sólo a través de medios masivos ni sólo por escrito, aunque ciertamente este tipo influye de modo preeminente. Se publicitan también de modo verbal y con la propia vida del arquetipo, coherente con sus ideas.

El arquetipo social rebasa el individualismo ostracista para poner los recursos propios al servicio de otros, aunque no se conozcan personalmente, porque se dirige a un entorno indeterminado. Trabajar en el campo amplio del intangible supone gran generosidad dado que el retorno de dicha inversión –a veces alta– no está asegurado ni es fácil de cuantificar.

Entiende de fondo la diversidad, que no consiste en una capa postiza de tolerancia genérica e ilimitada que no defiende ningún valor, sino que sabe detectar, promover y convivir con talentos diferentes a lo conocido y también con la carencia de ingenio. No iguala a todos por la banda más baja sino que aprecia y estimula lo diferente como tal, donde descubre valor y no sólo por ser distinto.

Este arquetipo no se diluye en la masa; no sólo no se deja atrapar por ella sino que está capacitado para dirigirla y orientarla e influir. Su aportación le hace destacar entre los mediocres y conformistas.

Su actividad deja una estela no sólo en el ambiente sino en las mentes y corazones de quienes coinciden con el modelo. Puede tratarse de una actuación aislada pero tan extraordinaria que impacte definitivamente en el modelizado. Aunque nada se improvisa, y esa acción tan encomiable suele ser fruto de pequeños, constantes vencimientos en la



vida cotidiana del héroe, que manifiesta en un momento dado lo adquirido un día tras otro, que acumula esfuerzo no ostentoso. Puede también, por el contrario, tratarse de cientos de pequeños ejemplos. Este tipo es capaz de influir sobremanera por lo asequible de lo admirado.

Esta dimensión social, que responde a la naturaleza del ser humano, se aleja un tanto de la visión independentista tan extendida en la actualidad, quizás porque la sociabilidad compromete con los demás. La autonomía que necesita todo individuo es compatible y complementaria con la alteridad –referencia al otro– si respeta el esencial modo de ser de cada uno. El *enriquecimiento antropológico* proviene también del exterior y, en especial, de otros humanos. El aspecto relacional en el hombre se asienta en la misma base de su ser y no es accidental ni secundario.

Se desarrolla así la carga de ejemplaridad en las personas que influyen. A esto hace referencia el concepto de *Responsabilidad Social Individual* (R.S.I.) como paralelo a la Corporativa, que nace de la influencia de la persona en un ámbito que trasciende el privado. El prototipo sabe que su actuación no está encerrada en él exclusivamente, ni en su círculo más próximo, sino que existe una cierta continuidad en otros a través de su ejemplo, consciente en menor o mayor medida. Si esta influencia es meramente pasiva se torna menos libre y, por tanto, menos humana. Su consciencia reclama y aporta humanismo porque implica dar juego a lo superior de cada uno. En otro aspecto, puede resultar edificante o provocar erosión en quien detiene en él su mirada en profundo. Quien posee gran riqueza interior, reparte con generosidad sus intangibles que, como tales, no se agotan sino que se multiplican y perfeccionan al ser compartidos. La otra orilla requiere la capacidad de descubrir ese tesoro para iniciar el trasvase.

El descubrimiento de ser arquetipo social despierta una actitud más activa que conduce a su mejora personal, por la fuerza que le otorga la



responsabilidad. Gran responsabilidad es el arquetipo social. Su acción se ve multiplicada por numerosos impactos, incontrolables, en sus seguidores de muy diversa clase. Es efecto dominó, reacción en cadena impararable similar a la nuclear, la cual no se controla a partir del primer impacto y resulta impararable. Si el modelo es positivo, encierra un valor admirable; pero en negativo, es veneno mortífero de consecuencias altamente destructivas. Su haz de luz es de gran dimensión; muchos son los impactados y profunda ha de ser, por tanto, la reflexión sobre éstos.

f) **Ámbito público**

En la extensión del ámbito social, la influencia no se limita al entorno más próximo sino que es mayoritariamente conocido a través de los medios masivos de comunicación.

Se es responsable de las acciones libremente ejecutadas; no se trata de una opción sino que es una consecuencia de la libertad. La responsabilidad que excede el carácter privado es más difícil de reconocer pero no por ello es menos real. Cuanto más conocido es el arquetipo, más extensa es su influencia y, por tanto, más responsable es del eco que en otros tiene su ser y su actuar. El arquetipo no funciona para que le vean, pero debe saber que es observado. No le influye lo que los demás piensan de él, pero es consciente de las consecuencias en otros.

Todo arquetipo público influye de alguna manera; no cabe indiferencia ni neutralidad ante él. Siempre marca pauta, está a la vista, arrastra a otros. Responde, de alguna manera, de su impronta en ellos, dada su posición. Bien orientado, resulta eficaz referencia. El peligro es cuando desprende irradiaciones letales.

La sana ejemplaridad es camino abierto y llano que abre el modelo por donde otros caminan con más facilidad. Constelación visible día y



noche. Toda persona, en su vivir y actuar, deja cierta huella, sea consciente o no. Cuanto más alto se encuentre en la sociedad, mayor es el grado de influencia, medido tanto en cantidad como en cualidad. Cantidad por el número de personas impactadas y calidad por la profundidad de la hendidura en ellas. Se trata de una pisada en la nieve que trasluce rasgos nítidos, interpretables. Es oxígeno que aporta allí donde está presente.

Se trata de la *Responsabilidad Pública Individual* (R.P.I.). La palabra que pronuncia debe ser reflexionada antes, dado el eco que tendrá; se multiplica en boca de próximos y lejanos en ondas expansivas cada vez de mayor diámetro. Conviene que sea consciente de este hecho, aunque no lo persiga ni lo desee, pero esa realidad ha de ser conocida de antemano con el fin de evitar toda manipulación no deseada y arrastrar al bien de muchos. Quiera o no, los demás se miran en él como en espejo, y es plantilla sobre la que escriben.

El carácter público de la vida de este prototipo es un hecho digno de reflexión no tanto para los aprendices como para el ejemplar, por la gran influencia que ejerce sobre muchos.

g) Integración de ámbitos

Puede resaltar, por último, el arquetipo por el modo de integrar los diferentes ámbitos de actuación: la manera de entrelazar, relacionar, priorizar las actividades de distinta índole que toda persona ha de conjugar. El énfasis que en cada una de ellas se demuestre depende de muchas variables, como la edad, la educación, las circunstancias, las posibilidades, así como las expectativas y personalidad de cada uno. El arquetipo, ya sea de modo natural o bien por esfuerzo continuado, muestra al observador un tapiz multicolor que, separado un tanto, capta la belleza del conjunto. Cada vida, única, está formada por multitud



de acciones pero dirigida por un único timón. El resultado a la vista es el entrelazamiento de ámbitos en continuo movimiento, cuyas discordanancias son resueltas con maestría y, en muchos casos, prevenidas antes de que acaezcan.

Es modélica, por tanto, la armonía de quienes consiguen acertar en las diferentes áreas con la justa medida, adecuada a sus capacidades y circunstancias y también a las necesidades de los demás. La conjunción de exigencia y flexibilidad, técnica y humanidad, idealismo y realismo se acerca más al arte que a la ciencia exacta.

Se trata de armonía más que de equilibrio, de una sabia combinación entre unos y otros de modo que se maximice cada uno y además se obtengan sinergias en la especial combinación de todos ellos en cada etapa. La sinergia se obtiene en el trasvase entre los diferentes ámbitos, en aspectos como el conocimiento, la experiencia, los hábitos, etc. La generación de esta circulación positiva de experiencias invita, al menos, a la reflexión.

Se observan personas con gran capacidad que abarcan muchos y variados ambientes y otras que se asfixian con reducidos y sencillos. Los primeros, que son modelos, consideran el personal como el más importante pero no único y plantean su vida hacia una proyección máxima con el fin de influir en otros, más por el contenido que aporta que por el protagonismo que supone.

En la gestión de ámbitos destaca la priorización. Si previamente se han definido los objetivos, la distribución entre los ámbitos será de modo preciso y coherente. Para las personas que valoran esta actitud pero no son capaces o no quieren hasta el final, el modelo les sirve como referente para no dejarse llevar por los acontecimientos, que suelen ser desordenados y caprichosos, sin optimización. Unas prioridades bien colocadas en la cabeza y en el corazón resultan altamente benefi-



ciosas para culminar con éxito cualquier proyecto valioso. Y no se trata sólo del tiempo dedicado a cada ámbito: implica interés, ganas de involucrarse, puesta a punto de potencialidades, oferta según las necesidades y un largo etc. Los ámbitos, pues, se someten unos a otros; se solapan; discontinúan; se superponen en importancia en cada etapa de la vida. No se trata de una organización rígida del tiempo que se ha decidido que corresponde a cada ámbito, sino de la distinción entre lo importante y lo urgente a nivel tanto estratégico como táctico.

En el prototipo, los ámbitos se complementan y potencian; no sólo no encuentran contradicción sino que en la interacción se enriquecen: lo aprendido en uno se aplica –con distintos matices– en otro con una rentabilidad marginal elevada, en términos de beneficio por inversión adicional.

El primer ámbito, el personal, caracteriza al resto; es el núcleo más íntimo donde la relación con uno mismo define la relación básica con los otros. La relación no existe si antes no se da la identificación; no se comparte lo que antes no se posee por naturaleza, por esfuerzo o por ambos. El desarrollo armónico de la persona hace que vayan creciendo las áreas progresivamente, sin saltos en el vacío, con paso seguro de uno a otro, reforzado con el siguiente el anterior. Es un crecimiento expansivo hacia el exterior pero también debería serlo en profundidad. Si no es posible un desarrollo desde los extremos más superficiales tampoco resulta antropológicamente correcto quedarse en los niveles más privados sin influencia en los públicos.

Integrar no significa diluir, mezclar ni confundir áreas. Antes de integrar es preciso que alcancen cada una la dimensión adecuada para luego poder aclarar, separar, distinguir, priorizar, clasificar. Sólo después se pueden encontrar relaciones beneficiosas y las coordenadas cosmológicas y antropológicas óptimas.



El desarrollo desmedido de una de ellas sin razón daña al resto; así lo entiende el prototipo, que vela por el tamaño adecuado –diferente– de cada ambiente. No todos los ámbitos tienen la misma relevancia en todo momento. Existe un *orden antropológico* que, cuando es respetado, permite a la persona encontrar el entorno adecuado para el desarrollo de sus capacidades en todos los niveles. La descompensación daña al tejido en crecimiento y obstaculiza la llegada a la plenitud. La adecuada proyección del conjunto logra el desenvolvimiento eficaz en cada faceta. La persona, protagonista única de su propia existencia, queda influenciada por la distribución que ella misma realiza –más activa o pasiva– de los ámbitos de actuación y por la interacción entre éstos.



5. CONSTRUCCIÓN DE ARQUETIPOS

Una persona interacciona con multitud de individuos a lo largo de su vida, ya sea en encuentros –habituales o fortuitos– como a través de libros o referencias lejanas. El grado de profundidad antropológica en la relación depende de la densidad humana de, al menos, una de las partes. Existe cierta homogeneidad entre el arquetipo y quien lo elige. Los superficiales quedan enganchados en las capas externas de la interacción y tienen dificultad para captar la riqueza de otros. Los más densos en humanidad se enriquecen más todavía gracias a su interés por descubrir tesoros humanos. Ante idénticas posibilidades –de entorno, conocimientos, etc.– los enriquecidos poseen mayor capacidad de descubrir las más valiosas gracias a los siguientes rasgos actitudinales:

– *Mirada atenta*: existe un mirar profundo, que descubre posibilidades, que esponja el interior, que se adentra en lo desconocido, que se atreve con lo novedoso. No es vista cansada que no se fija, que se choca, que no distingue, que se conforma con borrosas siluetas. Se trata más bien de un mirar con interés, analítico –que no curioso– que se adentra de modo sano en el otro para aprender.

– *Preguntas significativas*: el ser humano inevitablemente interroga desde su interior; algunas de estas cuestiones son exteriorizadas a modo de pregunta. Esta actitud engrandece por dentro y amplía posibilidades de aprendizaje.

– *Interés por nuevos contactos*: quien considera suficiente el número de personas que conoce, aunque sea elevado, cierra o deja entornada con estrecha ranura la vía de entrada a nuevas relaciones y se hace mal a sí mismo porque ciega una gran fuente de riqueza. Las interacciones humanas pueden generar efectos positivos. Es una actitud necesaria teniendo en cuenta el ser limitado del hombre, que precisa completar-



se con otros. No se trata, ciertamente, de conocer al máximo nivel a todos aquellos con los que se coincide de alguna manera; todo lo forzado es dañino. Pero sí que se perderían importantes oportunidades si se viven superficialmente, minimizando las normales relaciones sociales.

– *Apertura interior*: para que alguien o algo proveniente del exterior sea capaz de enriquecer a una persona, su interior ha de ser penetrable. No significa esto que cualquiera entre indiscriminadamente en el interior. Es necesaria cierta porosidad del interior para poder ser influenciados por otros ya que a las personas excesivamente reservadas, que no comparten, que se consideran completas, les será muy difícil reconocer algo capaz de enriquecerles.

– *Interés por la mejora*: no conformarse con vegetar sino vibrar con proyectos que ayuden al desarrollo de capacidades.

El proceso de construcción del arquetipo contiene una carga especialmente activa por parte de quien lo asume, de principio a fin: contenido, ritmos, itinerarios, controles intermedios y evaluación final.

Al arquetipo se llega a través de un itinerario muy personal. No se impone ni tan sólo se sugiere, ni muchas veces se explicita. Cada persona debe construir sus rasgos arquetípicos que le ayuden a desarrollarse, poniendo delante un ejemplo vivo. Es tarea que no ocupa tiempo y, sin embargo es rentable porque adelanta resultados al esfuerzo. Es tarea que no perturba el ritmo diario porque aprovecha las incidencias de lo cotidiano y lo excepcional para obtener aprendizajes. Es actividad imperceptible a los ojos ajenos, incluso del propio arquetipo, porque se forja en el interior del modelizado, sin extravagancias.

La ventaja de este proceso es que, como se reserva al ámbito interno, no requiere de patentes, permisos ni protocolos. No roba tiempo ni energías a nadie, puesto que parte de actuaciones que vienen a nuestro



conocimiento al azar o buscados expresamente pero sin permiso del autor. No existen, pues, barreras de entrada al arquetipo, ni de salida. Se mueve en un mundo de intangibles sin propiedad intelectual, donde los interesados encuentran modelos valiosos.

Con una imagen un tanto pobre, actúa como los planos de arquitecto que describen la obra final. Se define primero en papel antes de empezar la construcción del edificio. Si una construcción sin planos no sólo es arriesgada sino inviable, igual de imposible es la construcción de personalidades fuertes en intangibles sin arquetipo, pero no es tan evidente su inviabilidad. En la práctica, o se construye personal y activamente o uno es construido de modo pasivo y alienante aunque no repare en ello. O se elige o eligen por uno los patrones de medida. Es terreno peligroso, por resbaladizo e imperceptible. En cada ámbito se publicitan, de manera más o menos explícita, modelos, normalmente de banda baja, que se caracterizan por su facilidad y accesibilidad, abocados al gasto y al cuerpo que, siendo necesarios, no son los únicos y por supuesto no los más importantes. Pocos arquetipos valiosos son presentados por la publicidad. Sirvan estas líneas de reflexión sobre:

- Los ideales que se perciben como dados, para poder discriminar, y
- buscar activamente modelos menos evidentes pero válidos.

Quienes buscan más activamente sus arquetipos son más proclives a encontrarlos. Se precisan una gran rectitud y hospitalidad por parte del modelizado para que la búsqueda sea franca, partiendo de cero, sin sesgos en la mirada que aparten de los verdaderos valores en otros.

El entorno puede proporcionar una mayor o menor cantidad de impactos. Pero el afán de conocer anida en el interior de la persona y la receptividad en una misma circunstancia es peculiar de cada individuo. La sensibilidad en las diferentes áreas despierta en cada uno inquietu-



des diferentes. Es en el interior donde se analizan los ejemplos y se elige el que se considera más atractivo.

La construcción personalizada de arquetipos va configurando la personalidad de cada individuo en todas sus fases. No cabe, por tratarse de un proceso humano, repetición ni fórmulas, aunque ciertamente un modelo se pueda aplicar a varias personas. Pero el conjunto arquetípico que elige cada uno es único, por la distinción intrínseca antropológica.

El modelo puede proponerse en el fin de la consecución (qué) o en el medio elegido para su obtención (cómo), en los motivos (por qué) o en varios, o en todos. Puede perseguirse el mismo fin de otra manera, o aplicar el modo a un objetivo diferente, etc.

A continuación se describen fases en la construcción de arquetipos. Aunque aquí se diferencien etapas, el proceso real puede ser casi instantáneo y no consciente en todos o alguno de sus hitos. Se trata de analizarlas para así comprender mejor el proceso.

a) Búsqueda

Antes de la búsqueda existe una fase previa en la que se reconoce necesario salir de la inercia en que se está inmerso. El advertirla en uno mismo es ya un primer paso para la huida de tan lamentable estado. Y esto requiere cierto impulso interior en la definición del estado y la voluntad de cambio para de inmediato iniciar la prospección del modelo. También podría suceder en orden inverso: al contacto o descubrimiento de un prototipo, se percibe la propia situación de potencial excedente y se emprende la búsqueda. Es ésta una actitud que responde a la naturaleza social del ser humano: mirar a su alrededor –antes a los más cercanos– para observar lo que allí ocurre.



El bombardeo de modelos propuestos resulta, en ocasiones, agresivo. Quienes no respetan la libertad humana influyen sin consentimiento explícito de sus víctimas. Modos de ser y actuar que, no por repetidos llegan a ser válidos, porque no se adecúan a la naturaleza humana y al nivel de potencial requerido. La propuesta vacía y adocenante no supone en absoluto un reclamo para los buscadores de ejemplares verdaderos. El arquetipo es lo contrario de la masa: es alguien quizás no único pero sí especial en quien otros se fijan por su notoriedad exclusiva. Reflexionar sobre este punto, pues, no resulta banal para instalar las barreras de entrada necesarias a modelos no deseados.

En el proceso de búsqueda del prototipo pueden darse varias vías:

1. Búsqueda inconsciente fruto de una aspiración genérica que aspira a algo o que se fija en alguien sin estar bien explicitada ni definida.
2. La fuerza del arquetipo, en un encuentro fortuito, impele a su seguimiento sin previo aviso. Arrasa por la evidencia de su valor, aunque sin llegar a la anulación de la libertad. Aprovechar esta oportunidad es de inteligentes, pues se presentan escasas ocasiones de esta índole.
3. El consejo de otra persona que anima a la mejora a través de arquetipos, conocidos quizá, pero que han pasado inadvertidos en cuanto a imitabilidad.
4. La eficacia que en otras personas tiene la propuesta del ejemplar incita a la búsqueda de los propios.
5. Los prototipos elegidos por otras personas, en la medida en que son válidos también en el propio caso. La riqueza y la individualidad del ser humano permiten que, aun teniendo el mismo modelo, se interprete y adapte de modo particular y nunca repetido.
6. Por fin, la búsqueda consciente de ejemplares que ayuden a la definición y ejecución de los propios proyectos.



Este último caso es una vía de diseño propio que contiene metas explícitas que se buscan directamente. La actitud interior activa descubre en otros, con más facilidad, aspectos valiosos e inéditos dignos de ser apropiados. Por la ley de la probabilidad, quien busca con constancia acaba encontrando, porque esa búsqueda supone una actitud permanente interior por la que se está atento a encontrar aspectos imitables.

El inicio de la búsqueda de arquetipo requiere cierta inquietud intelectual. Insta a recorrer un camino interior de alternativas, de nuevas sendas. Actitud no conformista que huye de lo conseguido como óptimo. No es un preguntarse recurrente hasta el infinito de un sujeto insaciable, ávido de respuestas acomodadas a sus prejuicios. Se trata más bien de un cuestionarse abierto que profundiza en lo interesante, ya cercano o más difícil de alcanzar. Búsqueda realista, desde la subjetividad, de un referente externo. Utiliza banda ancha para no sesgar desde el inicio, pero con ciertos filtros que consiguen mejor el hallazgo del modelo apropiado. Búsqueda dirigida siempre al avance, a la aportación de novedad. Mirar hacia todos los lados, sin perder concentración. Es búsqueda:

– *Ascendente*: entre quienes se encuentran por encima en la cadena jerárquica o en cualquier otro aspecto. En principio es la dirección natural dado que, por su posición, edad o situación están en mejores condiciones de aportar.

– *Colateral*: colaboradores o personas que están al mismo nivel, cuya evolución interna ha sido, en algún aspecto, más rápida o superior.

– *Descendente*: no en sentido antropológico puesto que no es posible. Mucho se puede aprender de personas dependientes en algún sentido, más jóvenes o con menos oportunidades o condiciones. Descartar este



ámbito, además de clasista y simplista, implica un empobrecimiento y una reducción considerable de alternativas.

Lo que hay que procurar evitar siempre es posar la mirada de modo exclusivo y permanente sobre uno mismo. La mirada atrás es útil, pero de forma controlada, con el fin de asimilar el pasado y extraer conclusiones. Se trata de captar el bagaje rico del pasado sin quedar atrapado por su carga inmovilizante.

Se trata de buscar la riqueza de quien no sólo posee recursos para sí mismo sino que desborda en otros. Muchas veces no resulta evidente: puede permanecer oculta tras una elegante actitud humilde que puede resultar, precisamente, muy atractiva. Búsqueda continua originada en la insaciabilidad antropológica, dado el carácter crónico perfectible del humano, que aspira siempre a lo superior, de forma ordenada y nunca agresiva ni desproporcionada. Ejercicio de paciente progreso que asume sus limitaciones, pero sin resignarse a ellas. El afán de perfección procede de lo más interior del ser humano, consecuencia de su potencialidad irresoluble. Este afán interior es el que capacita para realizar el negocio antropológico del encuentro oferta-demanda. La oferta, más o menos explícita, existe siempre, aunque en ocasiones no estén disponibles los deseables. Es la demanda la que realiza el esfuerzo para encontrar lo adecuado, salvo excepciones donde la oferta sale con fuerza al encuentro del modelizado. Cerrar negocios de este calado depende, en mucho, de la actitud interior del demandante.

Los encuentros constantes de espacios de mejora son la consecuencia de la búsqueda continua. El prototipo no se define una vez, sino que es un proceso de búsqueda avanzada donde la siguiente pisada posiciona al modelizado en un hito superior cada vez, donde goza de mayor visibilidad y por tanto se descubren, a cada paso, nuevas alternativas que habrá que asumir cuando mejoren sustancialmente las anteriores.



b) Elección

La elección se produce cuando algo deslumbra como diferente e imitable, con una potencia capaz de arrancar una firme determinación. Entre la multitud de posibilidades ofrecidas explícita o tácitamente, se advierte algo especial que deslumbra, atrae y de alguna manera se le otorga el poder de querer ser influenciados por él. Esta decisión es un compromiso con uno mismo, que enriquece porque es una apuesta de futuro.

El modelizado, una vez impactado por el arquetipo, debe retenerlo de alguna manera en su interior. Puede tratarse de un encuentro real o de carácter virtual, a través de un libro, etc. El ambiente del encuentro –individualizado, inspirador y animante– facilita su elección. Muchas vidas pasan sin dejar rastro; son encuentros de escaso nivel antropológico que no se retienen. Pero si en un momento dado surge el afán de incorporar esa faceta a la propia personalidad, deja profunda huella.

La elección, cuanto más libre y profunda, tiene un carácter más permanente. Las decisiones triviales pueden modificarse de continuo sin que en nada afecte al mundo exterior, quizás sólo disminuya la constancia del decisor. La elección de arquetipo, como inicio de un largo y arduo trayecto, requiere seriedad y profundidad.

Es quien elige el modelo el que otorga el título de arquetipo, desconocido por terceros e incluso para el propio modelo. Esta indefinición no resta eficacia; lo inmaterial tiene una fuerza extraordinaria por sí mismo.

El arquetipo es elegido libremente, nunca es impuesto. La propuesta impuesta aniquilaría su carácter mágico. A más modelos elegidos, más potencial de enriquecimiento, aunque tampoco resultaría eficaz la elección de un número elevado dada la limitación humana, pero sí hay



que tener en cuenta que se obtienen mejores resultados con propuestas magnánimas.

El prototipo esculpe un especial relieve en el interior del elector. Deja de ser uno más para convertirse en *alguien-referencia*. Después de la elección, las acciones dejan de ser indiferentes ya que pasan a ser medibles; nace una guía donde se miden distancias en cantidad y calidad respecto a la meta fijada.

Los modelos que la propia vida propone influyen más o menos conscientemente. Es preferible elegirlos de manera consciente en lugar de ser influidos sin permiso.

c) Adaptación

El fin de la elección del arquetipo es la incorporación a la propia vida del rasgo seleccionado. Pero no debería tratarse de una mera imitación, propia más bien de seres no racionales, aunque esto ya supondría un paso adelante. La constitución de la persona como única exige más una adaptación a las condiciones exclusivas de cada una, de tal forma que el modelo constituya más bien un referente que necesariamente ha de sufrir modificaciones en el proceso de traslación. La imitación al 100%:

- Genera copias humanas descerebradas.
- Conduce al fracaso al ser irrealizable en plenitud.
- Dilapida la diversidad de los individuos.
- Deshumaniza al anular la creatividad.

Si se realiza adecuadamente este proceso de adaptación a la propia realidad, la similitud sale reforzada y enriquecida.

El encargo que recibe cada individuo, consistente en completar su propia realización, es indelegable. Se precisa un conocimiento profundo de la propia realidad junto con la idea clara del punto de llegada



deseado. El arquetipo ayuda pero jamás sustituye la actividad diseñadora del protagonista. La creatividad del sujeto adapta las características adecuadas a su ser de modo irrepetible.

La adaptación puede referirse a: la forma de realización, los plazos, la intensidad, las circunstancias, etc. Adaptación no significa objetivos fáciles, casi ya alcanzados, sino adecuación al estilo propio contando con el esfuerzo personal y el impulso que otorga el modelo.

La insondable riqueza humana lleva a manifestarse en una ilimitada diversidad de formas. La razón capta el factor común humano y el rasgo específico imitable. El modo de manifestarse un mismo atributo en una persona difiere necesariamente de cómo se da en otra, aunque se pretenda imitarla. No existen fotocopias humanas. Una misma palabra, pronunciada por dos individuos, difiere no sólo en la tonalidad, volumen y otros rasgos externos sino fundamentalmente en su significación más profunda. El principio diferenciador humano aporta irrepetibilidad en todo lo que piensa y hace. La adaptación consiste en la personalización adecuada de las características del arquetipo elegido.

Al tratarse de futuro, en esta fase de adaptación es preciso adaptar con cierta dosis de incertidumbre. El modelo adaptado debería conservar los rasgos que se consideran esenciales del prototipo para que se reconozca, al menos, en la mente del modelizado.

En el proceso de adaptación la agudeza y flexibilidad son factores imprescindibles para que la operación finalice con éxito. El modelo correctamente asimilado pasa a formar parte del sujeto, que aparece no sólo en su identidad sino enriquecido. No se enquista ni se diferencia del resto; el resultado es la persona mejorada en su conjunto.



d) Superación

El proceso de construcción del arquetipo no finaliza en la adaptación a la propia idiosincrasia, sino que puede crecer en sentido cuantitativo (intensidad) y cualitativo (ámbitos).

El prototipo actúa de palanca, es facilitador de un impulso a veces difícil de controlar que lleva incluso a superar al propio ejemplar. Se trata entonces de un nuevo modelo, reflejo del anterior, construido a partir de él, donde se identifican rasgos iniciales pero en el que se detecta también cierta evolución. Se trata de un proceso continuo donde, como en la alta montaña, el ascenso de unos metros ofrece perspectivas diferentes e insospechadas. En cada tramo irrumpe la belleza directamente proporcional a la altitud y, por tanto, al esfuerzo en el ascenso. La nueva visión anima, impulsa a la superación de uno mismo y del objetivo propuesto en un principio.

El punto de llegada está siempre cargado de incertidumbre. Si bien en muchas ocasiones el objetivo no se alcanza (por razones endógenas, exógenas o mixtas), en otras, sin embargo, el modelo no sólo es alcanzado sino traspasado y enriquecido.

El ritmo natural de los humanos se asemeja a una rueda imparable de mejora en todos los aspectos: en el qué, en el cómo, con quien, cuándo, porqué, para qué. Aspirar a lo superior es la única manera de no perder altura porque el humano tiende hacia abajo por la gravedad, que le afecta no sólo en lo material sino también en lo más intangible, y que se evidencia por sus efectos decadentes. El avance humano tiene por sí mismo una fuerza imparable, propia del espíritu; se alimenta con lo ya conseguido pero no para frenarse sino, muy al contrario, para comenzar de continuo nuevas empresas antropológicas de mejora.

El arquetipo orienta, nunca limita. La comparación con él, la distancia percibida que separa, es indicativa del recorrido pendiente, ocasión



de revisiones y rectificaciones sucesivas no extenuantes ni forzadas sino animantes y cargadas de libertad. La mirada al arquetipo nunca es hacia atrás, sino que indica hacia dónde se han de dirigir los próximos pasos. Es una mirada de superación e inspiración, esforzada e ilusionante. Aire renovado que penetra en los pulmones y que oxigena toda función interna. La desorientación, por el contrario, es fuente de pérdida de tiempo y fuerzas ante la falta de conocimiento de metas y objetivos personales. El arquetipo ayuda a superar cualquier situación adocenada; actúa como una estrella en la noche de la mediocridad. Al acercarnos a él, la sensación de estar a punto de alcanzarlo se desvanece en el recorrido porque es como si se alejase: se levanta distante, siempre delante de uno mismo, instando amablemente a la superación más difícil: la del propio yo. El modelo externo, interiorizado en las zonas más profundas de la personalidad, es guía útil para acertar en la estrategia antropológica que se otorga de modo indelegable a toda persona.

El modelo es superado cuando se le da un giro y una dinamicidad propios, de tal manera que llega a sobrepasar la meta inicialmente propuesta.

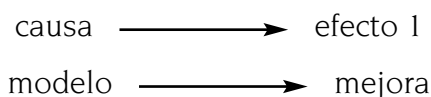
e) Re-elección

La actitud de superación continua es posible por la carga de potencial de la que toda persona es portadora. Quien ignora sus áreas de mejora, difícilmente se interesará por nuevos arquetipos que le ayuden a cavar más en la mina de sí mismo para extraer aún mejor mineral. La excavación se adentra paulatinamente en profundidades cada vez de mayor magnitud, y los modelos deben renovarse al mismo ritmo y según la necesidad en cada tramo. Unas veces consistirá en sustitución pero en otras muchas bastará con un reenfoque de los todavía vigentes. Las causas del reinicio se deben:

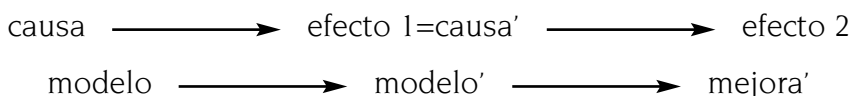


- a la diferente perspectiva que el modelizado posee según avanza en el trayecto, y
- al cambio en las condiciones externas que normalmente se presentan.

El arquetipo es, de alguna manera, causa de la mejora del modelizado, al contrario de lo que sucede en la R.S.I y en la R.P.I., donde éste provoca mayor responsabilidad en el ejemplar.



El modelo mejorado se interpone como efecto y causa intermedia entre el modelo primero y su efecto segundo, según el siguiente esquema:



Existe, pues, una actitud reciclada de mejora continua con la que se reelige continuamente el modelo o bien se redirigen las actitudes hacia él. El ser humano es, de por sí, inconstante; se cansa y tiende a la huida ante las dificultades endógenas o exógenas, imaginadas o reales.

También aparecen nuevos entornos que invitan a preguntarse periódicamente sobre la idoneidad del actual ejemplar. La experiencia transforma desde dentro al modelizado, de tal forma que cada individuo se convierte en una plataforma novedosa en cada etapa según lo vivido en lo referente a contenidos, relaciones, ausencias, etc. Las acciones permanecen en los sujetos en forma de hábitos y también, de alguna manera, la relación con el arquetipo marca huella. La persona nunca se comporta como punto fijo sino más bien como un ser en evolución permanente; registra los movimientos anteriores dándoles significados precisos por el carácter biográfico de toda actividad que desarrolla.



El hacerse del hombre implica una búsqueda continua, también de modelos. Lo que no se actualiza, queda automáticamente obsoleto. De ahí la necesidad de la continua –no extenuante– reelección. El cambio que presencia cada individuo en sí mismo da agilidad y flexibilidad a quienes se saben gestionar bien en plataformas inestables. Los rígidos, de modelos únicos e inamovibles, aunque hayan iniciado bien su camino, se desviarán de inmediato en cuanto comiencen las incertidumbres ante cada modificación no esperada. El arquetipo debe evolucionar casi tan rápidamente como el modelizado, cada uno con su propia cadencia. Esto resulta más evidente cuando el arquetipo es una persona viva; debe entonces tenerse en cuenta la propia dinamicidad existencial y discernir lo variable y efímero del núcleo permanente.

Existe otro tipo de relación que consiste en la afirmación continua del modelo actual. Es éste el seguimiento de arquetipo más libre por su consciencia y actualidad. Lejos de la elección arcana, donde las actuaciones son consecuencia casi obligada de una decisión lejana en el tiempo y semiinconsciente, la elección y reelección aportan transparencia mental, voluntad actual e impulso en los afectos. Es, por tanto, una confirmación antropológica interesante y eficaz.

El modelo de re-elección continua actualiza y reaviva tanto al modelo –escogiendo cada vez su mejor versión–, como al sujeto –reafirmando su libertad en la elección–.

f) Convivencia

El arquetipo acompaña en toda la existencia del modelizado. De manera especial, se evidencia su presencia en los momentos de más necesidad de referencias. Es sombra agradable que cobija cuando abraza el calor producido por actuaciones equivocadas. Acompaña cuando la soledad cósmica aparece en el horizonte cerrado de la persona



inquieta y ávida de proyectos aparentemente inviables. Aporta cierta humanidad ante situaciones de bajo perfil antropológico. La aparición del modelo abre la posibilidad real de mejora, calma la sed de perfección en los inquietos, cargados de interioridad y afán de trascender lo inmediato.

El arquetipo no surge una vez y desaparece. Permanece, como un libro en la estantería, esperando a ser leído, alguien a quien le interese. Es una posibilidad que el modelizado actualiza y utiliza cuando le necesita y quiere apoyarse en él. Es compañero del viaje largo de la vida, referencia continua. El modelo amplía la libertad porque jamás impone y otorga mayores oportunidades de desarrollo.

La virtual convivencia con el arquetipo remueve la pasividad que siempre quiere invadir la vida de los *sin-proyecto*. Ante el modelizado se evidencia la distancia que le separa de éste y, lejos de desanimarle, le sitúa en la pista de la mejora de forma callada pero elocuente. Presenta la posibilidad como realidad, la meta como compromiso. Muestra el edificio finalizado cuando el propio está en los cimientos y así, desde su azotea, se vuelve a creer en el objetivo propuesto.

El arquetipo nunca molesta, permanece a la espera de ser utilizado. El modelizado sabe que, cuando lo necesite, lo traerá a su memoria para animarse en silencio o junto a otros, o incluso con el propio modelo. Permanece al lado, virtual, referencia necesaria, segura y atrayente. Para la mejora es preciso no sólo convivir sino extraer el máximo partido posible a esa agradable, discreta y eficaz compañía.



6. TIPOS DE ARQUETIPO

No todos los arquetipos son de la misma clase; tampoco las necesidades del modelizado son semejantes: cambian por las circunstancias, en una misma persona, y en el tiempo. En ocasiones, se necesitan expresos, incluso públicos; en otras, convienen de forma más implícita. Siempre, escuela de aprendizaje.

Lejos de un juego infantil, se trata de que cada uno encuentre los adecuados para que realmente resulten eficaces. No significa esto cambiar cada poco, ya que según se ha visto, y se intuye, existen modelos de por vida inamovibles. Pero no todos son así; es preciso no perder la perspectiva de la herramienta para que cumpla su función de referencia y de impulso del mejor potencial que anida en su interior.

Esta clasificación no es cerrada sino más bien descriptiva, para ayuda en cuanto a la incidencia en el modelizado. Como toda realidad biológica y antropológica, no puede ser encorsetada ni compartimentada de forma rígida. Se exponen distintas formas en las que pueden presentarse los arquetipos.

Se describe a continuación una tipología, no exhaustiva, que pueda ayudar a la selección de modelos. Se destacan más los rasgos positivos de cada tipo.

a) Denso

Hay quienes se adentran bajo tierra en cada paso. Se trata de *pisadas antropológicas* en las cuales el grado de buceo es el adecuado para cada tema. Lo humano nunca debe tratarse a nivel epidérmico porque no se entiende y, además, perjudica al protagonista de la acción. El arquetipo actúa como persona en toda su plenitud y trata a los demás de esa



misma manera, porque no concibe otra. Otros, por el contrario, se mueven sin concurso de la voluntad, dirigidos por una especie de energía anónima sustitutiva del espíritu. Parecen libres y, sin embargo, son esclavos de modas, de la masa, de las opiniones ajenas, de las pasiones sin tamizar por la inteligencia y voluntad.

La densidad, adjetivo que la R.A.E. define como *de mucho contenido o profundidad en poco espacio*, puede aplicarse a la persona. Si a ningún individuo se le debe leer en diagonal, menos aún a aquellos que encierran un rico contenido en su interior, en quienes se abren extensos e interesantes capítulos que requieren sosiego para la asimilación. Este perfil genera arquetipos de cierta densidad, que son capaces de influir con nivel alto de penetración.

El prototipo rezuma profundidad, bucea en los acontecimientos para obtener razones, causas, efectos. Quien vive intensamente no se conforma con pasar de puntillas por los hechos. Busca el sentido, entender el hecho en sí, las circunstancias que originan y los matices. El vivir humano es complejo. Lejos de pretender una exhaustividad de explicaciones paralizante se trata de dar significado a lo acontecido. Las personas densas son esas que no sólo preguntan con interés sino que incluso esperan la respuesta. Saben leer las lecciones en personas o hechos y acumulan sabiduría y experiencia. Forjan un pasado del que sólo se extrae y retiene lo útil. No todo lo publicitado con gran esfuerzo económico es valioso. Porque el valor antropológico y el económico no siempre coinciden y en ocasiones incluso son contrapuestos.

La densidad hace referencia al contenido respecto al volumen. Así como hay palabras con alta densidad porque encierran mucho significado (como vida, amigo, solidario, equipo, relación) se encuentran personas de gran contenido por su experiencia, razonamiento, formación o cualquier otro aspecto. Son modelo en cuanto al *ser*, en su aspecto



inmaterial. Como lo intangible se multiplica al dividirse, el propio arquetipo se beneficia aún más cuando se le reconoce imitable.

La persona con densidad antropológica es profunda y posee un alto grado de penetración desde esa sima. Es de quien se aprenden facetas inéditas en las capas más hondas del ser humano, que no todos son capaces de descubrir. No son las que más brillan ni quizás las más solicitadas ni publicitadas. Son individuos con peso en las palabras y en la actuación por su trayectoria y coherencia, por su humanidad y profesionalidad; por su cordialidad y armonía. Gritan en silencio, arrastran sin proponérselo, influyen sin pretenderlo. Completos en técnica y humanismo, en individualidad y en equipo, en seriedad y en humor, en rigor y flexibilidad, en su exterior e interior. Junto a ellos se aprende sin dictar lecciones convencionales. A su lado se desarrollan potencialidades de modo exponencial y natural porque cuentan con un recorrido previo, que comparten.

Los densos penetran inteligencia, voluntad y corazón. Inteligencia, por la luminosidad en ideas y razonamientos; voluntad por el ímpetu de su querer contagioso; corazón por sus sentimientos magistralmente entramados al servicio de las causas más nobles. Se palpa en ellos fuerza y señorío, empuje hacia la meta marcada. Personas completas en múltiples facetas del tapiz humano. Destellos intensos que iluminan de modo permanente la meta y el camino. La densidad atrae a los profundos, que pretenden llegar a más y mejor. Es una regla básica antropológica la de no parar el desarrollo porque implicaría vaciedad, potencial malgastado, infrautilización. La densidad sale al exterior por los poros, se manifiesta en actuaciones y escritos. No se esconde a los reflexivos y pasa inadvertida a superficiales.

Vaciedad genera vaciedad. La falta de contenido en una persona hueca es difícil de complimentar no tanto por el vacío de partida como por el drenaje continuo en su interior, que le lleva a no retener la riqueza



que pudiera recibir de otros. Son, quizás, personas sofisticadas en las formas pero incapacitadas en contenidos. Son figuras que no dejan huella ninguna en su conversación y actuación; efímeras como fuegos artificiales, vistosas pero al instante apagadas. Son pérdida de tiempo e, incluso, dañinas cuando se fija en ellas la mirada porque desprecian lo importante. Carecen de peso real y su referencia se difumina con gran facilidad. El seguimiento de fantasmas, de formas sin cuerpo, de apariencias sin sustancia real es un insulto antropológico que puede engañar a los más superficiales.

Se exige, pues, una mínima densidad para captarla en otros y así desear la profundidad de planteamientos que distancie de todo aplanamiento, relajamiento o estancamiento potencial. Es cuestión de honor antropológico.

b) Atemporal

El carácter atemporal está altamente relacionado con la profundidad de la carga antropológica del arquetipo.

El efímero es fugaz en la huella que produce, se establece en la superficie, sin penetrar en las capas interiores del ser humano. Se pasea de puntillas por el modelizado, barnizando matices exteriores; se refiere a modas pasajeras, opciones de no-valor (iguales que su contrario). Su arrastre se debe, más que al contenido, a formas y situaciones. Puede tener una gran fuerza de atracción momentánea, pero no duradera ni capaz de despertar ímpetus de imitación de auténtica valía. Se malogran así energías y la resultante es de baja calidad, porque se sitúa debajo del potencial. Muchos de ellos se muestran en los medios de comunicación como vía para conseguir la felicidad, el máximo al que aspirar, panacea vital seguida con ansia por muchos. En ocasiones, para conseguirlo, se vende parte de la herencia antropológica a muy



bajo precio. Esfuerzo personal de bajo rendimiento porque el resultado no es duradero. Quedan así atrapados en las capas más superficiales del ser, sin penetrar en el núcleo. Corresponden a modas que por definición son pasajeras y que, además, varían indefectiblemente, dando bandazos en estilos con el fin de marcar la diferencia. El contenido es lo de menos, su principal valor es la pura actualidad, la alineación con la mayoría. Las personas que adoptan mayoritariamente arquetipos de este bajo perfil carecen de verdaderos ideales. Como la cantidad no proporciona calidad, su acumulación no revierte en mejora, antes al contrario, podría anular y –por supuesto– limitar la capacidad de búsqueda de otros más permanentes, que respondan mejor a la realidad humana.

Arquetipo atemporal es aquel que incide en el núcleo duro del individuo, en sus capas más íntimas. Su carácter estable responde a lo más permanente del ser humano, a lo más necesario, a lo menos contingente. Esta referencia duradera marca coordenadas que orientan, a las que se vuelve una y otra vez porque son guía, aportan seguridad, siempre están a disposición. La meta costosa de alcanzar es valiosa porque muestra realidades profundas que llenan, que no llegan a agotarse porque no se finaliza jamás el recorrido hacia ella pero sí que se comprueban avances. Este prototipo otorga siempre ánimo para seguir profundizando en él.

Sólo es descubierto por los profundos y sólo ellos están dispuestos a pagar un alto precio. La nota de permanencia de este modelo genera seguridad; los altibajos del camino no causan entonces problema importante, tampoco los retrasos se consideran definitivos o insalvables. Generan, pues, más oportunidades; son de calidad superior, sin que esto signifique pasividad sino referencia duradera, independiente del instante. Seguridad que no falla, en quien se puede confiar. Con peso y solidez suficientes para no difuminarse en el primer cambio de marcha, donde siempre se encuentran aspectos novedosos, de donde



se extrae el oxígeno ante la sensación –quizás subjetiva– de asfixia. Permanencia que no significa invariabilidad ni rigidez.

c) Explícito

El arquetipo expreso es aquel que es definido como tal por el modelizado. Aparece para el que lo descubre y aplica. Se trata de un modelo generado con mayor grado de libertad, porque la elección, al ser más consciente, es más voluntaria. Se definen con claridad los pasos a seguir y se clarifica, desde el inicio, la distancia y el ritmo del avance.

Quien adopta este prototipo es consciente, en algún momento, no de su función genérica, sino de una en concreto, con las características específicas que la hacen idónea para su caso y sus circunstancias individuales. La expresividad del modelo ayuda a reafirmar el proceso de adaptación una vez elegido.

Lo expreso posee un nivel de compromiso superior respecto a lo implícito. Es compromiso no sólo frente a terceros sino, lo que es más vinculante, en relación a uno mismo. Detenta un mayor grado de interés: existe una previsión, se fijan determinados hitos. Además de esta cuantificación que, no cabe duda, ayuda a realizar mediciones de distancias, la identificación cualitativa está sustentada por una reflexión, que apoya el proceso. De esta manera, se está en mejores condiciones de solucionar con más agilidad las nieblas y borrascas que aparecerán, porque son evidentes las ventajas. Si en todo proyecto es clave para el éxito la especificación previa y la enunciación correcta, aquí, que está en juego el proyecto vital, es notoria su importancia. No se trata tanto de una materialización por escrito. Basta con percibir o definir con claridad los rasgos guía que se pretende seguir.



La explicitación actualiza mente, voluntad y corazón al grabar, impulsar y adherir, desde dentro, a la meta. La figura esculpida en la mente cincela en la voluntad y el corazón ese mismo perfil.

Captar con nitidez la silueta del arquetipo es iniciar, de alguna manera, la andadura interior hacia éste. Su definición predispone la actitud receptiva; su expresión adecuada facilita el acercamiento, la pretendida identificación, el arranque de motores. También la medida de la desviación durante la ejecución real. Cuanto más nítido y expreso, más libre, más humano. Trazos firmes frente a nebulosa; sendero *versus* maleza; orden frente a caos. Definición contra indefinición; conceptos *versus* disertaciones vagas; escalones identificados frente a escurridiza rampa. Primer paso en lugar de espera pasiva de nada.

El modelizado se configura de una manera específica, según sus características propias. Hay personas que esculpen principalmente con la cabeza y después envían el mensaje al corazón y a la voluntad; en este caso la inteligencia goza de mayor peso y es la que organiza la información de manera preferente. En individuos en quienes la voluntad es el principal motor, querer seguir un modelo constituye un imperativo. Aquí es la voluntad la que percibe los perfiles –o hasta los dibuja o inventa– y genera la cascada hacia las otras dos facetas vitales del ser humano, cabeza y corazón. También podría ser captado el arquetipo por el corazón, moldeado a fuerza de sentimiento, aprovechando el impulso pasional, que es tan humano como cualquier otro. Bien dirigidos, los afectos provocan avances vertiginosos en el camino hacia el objetivo, con bajo nivel de esfuerzo y buenos resultados (alta rentabilidad). Eso no significa que en cada caso se prescindiera de los otros dos decisores, sino que uno de ellos es el que arrastra a los demás. Cada persona es conducida por uno de ellos, en primera instancia, teniendo en cuenta que todos son complementarios y nunca sustitutivos. En el humano no es posible el seguimiento puramente reactivo, de acción-



reacción visceral, sin estar mediado por una de estas potencias superiores, o por las tres; lo contrario genera pobreza antropológica.

Lo implícito también influye pero de una manera más tamizada, con menos fuerza. En algún caso puede ser hasta negativo, cuando no se percibe su influencia, pero existe en realidad; ese poso puede llegar a ser profundo y a la vez inadvertido, con los riesgos que eso implica. La no proclamación expresa facilita el asentamiento de peligrosos *okupas* en la personalidad que destrazan donde habitan, arrogándose derechos que nunca tuvieron.

d) Público

El arquetipo público es conocido por muchas personas a través de la historia o de los medios de comunicación. Famosos del deporte, del cine o de la moda son modelos de la categoría de lo efímero y de la cultura. Arte y ciencia son de carácter más estable. Se presentan como imitables ante la masa; influyen con su estilo, marcan pautas. Aunque sólo unos cuantos los toman como modelos expresos, en todos permanece implícito. Llegan a todos –a la mayoría– de un modo u otro, en algún momento. El grado de acogida es diverso, con más o menos espacio interior, con diferente influencia en cada caso, pero dejando siempre huella. De ahí su responsabilidad, ya antes indicada a través del concepto R.P.I. (Responsabilidad Pública Individual).

Existe relación entre el tipo de sociedad y el de arquetipo público. En un sentido, cada sociedad posee los modelos que se merece; emanan de ella, los conforma y, a la vez, es influida por ellos y evoluciona en la línea que ellos marcan. Nacen en su sociedad y en ella inciden. Aunque también pueden surgir, y de hecho en ocasiones acontece, modelos que provocan un cambio de tendencia. Son éstos verdaderos arquetipos-líder, que saben hacia dónde se dirigen y, sobre todo, hacia dónde pre-



tenden alinear a otros en contra o al margen de lo socialmente correcto, de lo establecido y esperado. Son éstos los que giran el timón social en algún momento de la travesía, asumiendo el riesgo de quien abre senderos inéditos y es seguido por otros. Los buenos arquetipos controlan riesgos para no conducir a la deriva.

Es conveniente elegir, entre los arquetipos públicos, los convenientes para cada uno a fin de ser animados, arrastrados hacia arriba, mejorados. Para ello es preciso discernimiento, porque no todos son válidos.

Aunque las personas se mueven en grandes espacios (nación, ciudad, etc.), cada individuo desarrolla su vida diaria en ámbitos más reducidos (familia, trabajo, amigos, etc.). En estos últimos surgen también prototipos de carácter más privado. Aparecen más cercanos y asequibles, pueden conocerse más detalles.

Todos los ambientes, aun los de mayor estabilidad, gozan de una cierta movilidad; por eso, aunque se frecuenten habitualmente los mismos, se generan siempre nuevas oportunidades de encuentros. El descubrimiento de rasgos enriquecedores es tarea personal, en ausencia de publicidad general y local. Se trata de un hallazgo único desde el interior.

Algunos ejemplos son: profesores más destacados que dejan huella; jefes o colaboradores que no se olvidan aun después de abandonar la empresa; familiares que no dejan de sorprendernos con su personalidad y sus actuaciones. De personas, en definitiva, más o menos cercanas, con las que hemos convivido e impulsan a actuar, ya sea en la meta conseguida o en el modo de alcanzarla.

La iniciativa corre, si cabe en este caso, más por cuenta propia, ya que se suelen presentar ante los demás sin esplendor aparente. Son éstos, habitualmente, los más valiosos. Es preciso un detector especial y potente para entresacar, de entre tantos con los que se coincide regu-



larmente, a quienes podría erigirse en arquetipo de la propia vida. Son, por otra parte, seres normales que no aparecen en los periódicos, que no saben y nunca sabrán que han sido elegidos como ejemplar por otros. Y esto, porque la humanidad profunda se entreteje en una urdimbre de naturalidad que pasa inadvertida a los que no están muy atentos a lo importante. Los más superficiales no son capaces de descubrir las verdaderas estrellas del saber. Son necesarias altas dosis de interés para descubrir, en la cotidianidad, ejemplos extraordinarios. La dificultad estriba aquí en que la cercanía y la mezcla de aspectos negativos –o más limitados– en el modelo puedan distraer y oscurecer su presencia.

Los arquetipos no públicos pueden ser compartidos con otros o no, incluso con el propio modelo. Lo importante es extraer personalmente la esencia para trazar el camino de adaptación, prescindiendo de otros factores que empañan o ralentizan su consecución. El convencimiento de que con seguridad existen valores en otros es condición de probabilidad para que los hallazgos se produzcan. Esta actitud aleja de la rutina que considera a todos en el mismo plano –generalmente inferior– de la autosuficiencia...para mirar a los demás con afán de aprender.

e) Global

El arquetipo, por fin, puede ser captado en su conjunto. En un primer momento no se podría, quizás, explicar la razón de su atractividad. Es el resultado de multitud de variables, integradas y sustentadas unas en otras, que se muestran dignas de ser imitadas en su totalidad. Sólo con posterioridad se analiza el *qué* y el *cómo*. Son personas con quienes uno se embarcaría en un viaje al fin del mundo sin preguntas previas, a quienes se admira porque se perciben completas y coherentes, cercanas y estimulantes, referenciales en su globalidad.



El ser humano, por su racionalidad, es capaz de captar conceptos globales que, sin ser exactamente suma de parciales, detentan una entidad propia y diferente. En un segundo momento se analizan las causas de ese atractivo, que no es simple adición de bondades. El arquetipo global atrae por su proporcionalidad, por su modo de gestionar los diferentes ámbitos de su vida –en su ser y en su actuar– en los que consiga optimizar cada parte y a la vez –y quizás precisamente por eso– obtener sinergia de conjunto. La armonía en la persona implica proporciones adecuadas en las distintas áreas que componen su existencia; se incide más en la relación entre ámbitos que en su contenido, aunque éste nunca es indiferente. El resultado global es positivo, por encima de la media. En la visión de conjunto no se percibe nada que desentone del resto. Sí pueden existir aspectos menos brillantes que pueden incluso resaltar los vértices más positivos, si se encuentran estratégicamente entrelazados y compensados. Se trata de individuos con un *glamour* especial que atraen en su globalidad; al fin y al cabo, la persona es una y esa unidad aporta un valor incalculable. De hecho, la corrupción que distorsiona y anula sobreviene ante la falta de unidad ontológica.

La proporcionalidad fruto de sucesivas, pequeñas reestructuraciones es una red en continuo movimiento. Como el mar que, de lejos, parece en quietud y, sin embargo, de cerca mantiene una recolocación continua tanto en la superficie como en la profundidad. Manejar esta movilidad es, sin duda, causa de admiración, también porque es preciso combinar esos desplazamientos internos con los externos –de otros y del entorno–. Las relaciones con otras personas, que a su vez, son cambiantes, suponen un riesgo adicional.



7. EFECTOS DEL ARQUETIPO

Lo propio del arquetipo es no dejar indiferente a quien le elige como tal. Su selección tiene precisamente el objetivo de dejarse influenciar de forma activa por él. La incidencia puede ser sobre la persona en su globalidad o bien sobre algún rasgo específico. No es, por tanto, algo teórico, sino que tiene estrecha relación con el modo de ser y de relacionarse en la práctica. Es ejemplo que estimula, que ayuda, que mueve a cambiar, a adaptarse con un fin previamente definido. Y no son efectos colaterales o secundarios, sino expresamente buscados.

Se podría afirmar que, si no existen esos efectos, en realidad no existe el prototipo. Y, de igual forma, se descubre su existencia a través del efecto en quien lo sigue, incluso con la máxima discreción.

Los efectos en el modelizado son de carácter interno aunque quizás se perciban también desde fuera. Constituyen una fuerza eficaz desde dentro, que capacita para una verdadera transformación porque afecta al punto neurálgico de las decisiones relevantes. Alcanza a lo más íntimo y modifica la percepción que tiene de sí mismo: cómo se ve hoy y proyectado en el futuro. Es importante esta visión de largo plazo porque de ella depende su ejecución efectiva desde el corto plazo. Se es capaz así de luchar sin cansancio hasta conseguir lo propuesto. Afecta, por tanto, al fondo de la persona: cabeza, corazón y voluntad. Y esa interioridad, antes o después, se refleja en su comportamiento exterior, en los distintos ámbitos.

Algunos de estos efectos son los que a continuación se relacionan.



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

a) Medida

El arquetipo es referencia con lo que uno se mide, cuantitativa y cualitativamente. La ventaja de la definición del patrón es la posibilidad de conocer la distancia que separa de éste. La meta aclara y define el camino. Está enunciado el problema y, por tanto, resuelto en un porcentaje alto. Muchos proyectos no llegan a realizarse porque no se alcanza a definirlos, al menos con claridad y, por tanto, a realizar propuestas en firme de objetivos y medios. El arquetipo-patrón aporta la métrica necesaria para establecer la distancia desde el inicio y a lo largo de la trayectoria.

El patrón constituye la forma a la que se quiere adaptar la pieza, que aparece informe en su inicio. Para llegar a tener su forma, tendrá que sufrir cortes, puntadas, pinchazos hasta conseguir la aproximación al modelo. Sin referencia, nunca se conseguiría el resultado deseado; sólo con el patrón se conoce el punto preciso donde cortar, coser, añadir o eliminar. Con él se detectan las aristas que sobran, los vacíos a completar, las grietas a cubrir, los rasguños a reparar y también lo que no tiene remedio y, por tanto, debe minimizarse. Las deformaciones aparecen nítidas, también las coincidencias y acoplamientos.

Sitúa, en definitiva, con veracidad en lo que falta y en lo que sobra, además de reconocer lo que se adecuaba plenamente. Establecer equivalencias ayuda a dimensionar la propia situación.

b) Atracción

Entre arquetipo y modelizado se establece un peculiar campo magnético de donde procede una gran fuerza, mediatizada siempre por la racionalidad, que tamiza cualquier movimiento humano por muy básico que sea. La atracción es percibida, principalmente, por el modelizado. La zona imantada produce efectos beneficiosos: impulsa hacia el



ejemplar, le acerca hacia el territorio deseado, le activa. Se facilita la puesta en marcha y la cadencia en el ritmo. La corriente generada, sin tratarse en este caso de polos opuestos, provoca vibraciones positivas que impulsan a parecerse al prototipo. No sólo contrarresta la fuerza de gravedad que tira hacia abajo sino que supera la propia tendencia a la comodidad y a la inercia.

Entre modelo y sujeto se establece inmediatamente una relación de carácter virtual, de dirección y sentido únicos, cuya especial fuerza es capaz de penetrar en lo más íntimo del modelizado porque éste le ha dado permiso para que se introduzca en profundidad. Es química que facilita enormemente la aproximación. Se origina, en parte, por la admiración y también por el deseo de un mimetismo bien entendido. Es atractivo que mueve las tres potencias: voluntad, inteligencia y corazón, de manera específica a cada una y con diferente intensidad. El atractivo físico, aunque ocupa su lugar, queda relegado a un segundo plano en el orden ontológico.

Vinculación intangible que puede llegar a ser muy fuerte y dirigir toda una vida, superando multitud de obstáculos. Lazos invisibles que pueden resultar más reales y fuertes que otros externos y convencionales. El modelizado es aquí el gran beneficiado porque es conocedor –probablemente el único– de esta relación virtual potente que le une a la meta y que, por tanto, le afianza en cada paso. Porque no es el modelizado quien acerca al arquetipo a su campo, sino que es desplazado, sin rebajarle. Le capacita, a distancia, por su fuerza de atracción, que percibe y permanece en él como un tesoro valioso que guarda en su interior, de donde sacar fuerza en las horas más bajas del proyecto. Lejos el nerviosismo y la electricidad mal entendida. Es la presencia de la ejemplar acción a distancia, relación eficaz de calidad, compañía inestimable, seguridad que evita pérdidas. Es empuje hacia la dirección correcta, que facilita cada etapa de la ejecución.



c) Apoyo

El arquetipo es firme suelo donde pisar. La rigidez del terreno proporciona seguridad a un modelizado que precisamente lo ha seleccionado como apoyo. El paso seguro que permite una superficie en buen estado. Un suelo resbaladizo, pantanoso, con baches describe el camino de quien probablemente no llegue al final del trayecto. En cambio, un firme adecuado otorga tal seguridad a quien transita que le permite mirar alto y centrarse en la meta más que en el sendero. Cuando el medio es eficaz y se comporta como tal, no distrae del fin, y le permite a éste ocupar el insigne puesto que le corresponde. Por el contrario, el suelo como problema exige mirar hacia abajo constantemente; esta concentración en cada paso resta energías además de descender un peldaño antropológico.

Un suelo adecuado donde apoyarse despeja dudas y evita vacilaciones en el caminante y le permite avanzar con velocidad. La firmeza del presente confirma el pasado y prepara al futuro de tal manera que no existen vueltas atrás infructuosas y recurrentes porque el paso es seguro. Este arquetipo facilita una pista despejada que asegura el buen viaje de la avioneta inexperta, tanto en el despegue como en el trayecto y aterrizaje. La experiencia ajena cubre las grietas por las que el modelizado perdería vigor y podría llegar a paralizar el desarrollo.

Suelo en el que se echa raíces que permiten el ascenso, desafiante a la gravedad. Arraigo que pertrecha contra vientos escépticos y derrotistas. Como suelo nutricio proporciona al modelizado alimento para crecer: ideas en la mente, motivos en la voluntad, estímulos en el corazón. Sistema de alimentación continua que facilita el crecimiento de modo armónico y constante. El intangible que se succiona es transformado en energía, que se consumirá en beneficio propio.



Este apoyo virtual es de un potencial extraordinario pues, como todo intangible, no se desgasta ni requiere permiso expreso ni burocracia alguna. Es en ese mismo suelo donde el arquetipo encontró en su día serias dificultades al recorrerlo y que ahora se encuentra con ventajas inéditas que permiten adquirir una velocidad interior máxima.

d) Aceleración

El arquetipo aumenta la velocidad del seguidor. El impulso inicial que hace salir de la inercia es, probablemente, el paso más costoso porque se trata del recorrer en el interior del protagonista. Requiere, en primer lugar, reconocer que uno está parado. Existe un paro físico, que es el más perceptible y el menos preocupante desde el punto de vista antropológico. Existe también un paro interior causado por la falta de intereses, por la apatía que desprecia nuevos proyectos, no por la dificultad concreta de uno u otro sino porque la falla se encuentra en su mismo planteamiento inicial. El modelo es aquí capaz de arrancar el motor, de pasar del punto muerto a primera y es de gran ayuda para quien ha sido puesto en marcha. Este primer impulso requiere una fuerza especial del exterior, en la secuencia del *no ser* al *ser*, de la nada a algo. El esfuerzo requerido aquí es grande, aunque el avance sea mínimo; no es la distancia la que marca la eficacia, sino el hecho de iniciar la andadura.

Por otra parte, es necesario también cierto impulso para mantener la velocidad durante el recorrido. Cuestión de vital importancia es avanzar; no sólo no pararse sino seguir el ritmo adecuado, que varía en cada tramo, pero siempre con ritmo. El peligro aquí es la desmotivación, la pérdida de entusiasmo, el confiar demasiado en el éxito anterior como garantía de futuro. En este punto, el arquetipo vuelve a jugar un importante guión no exclusivamente en conseguir la velocidad constante sino en acelerar cuando es conveniente para recuperar tiempos y espacios



no maximizados. Despierta el potencial para situarlo en su perfil más alto, como corresponde al deseo digno de todo humano, que es el desarrollo personal.

Bien es verdad que el camino recorrido es fuente de alimentación del propio estímulo. La inercia del sendero dejado atrás anima a seguir. El ejemplar constituye una nueva fuente de energía externa que, unida a la propia, acelera el ritmo y sitúa en un punto en el que la superación no es sólo posible sino también deseada.

No se trata, en ningún caso, de bruscos acelerones que desgastan, con los que se pierde el propio control, aunque sólo por un instante. Esos movimientos esporádicos tienen un efecto corto y, en ocasiones, contraproducente; no es posible asumir esos avances tan poco preparados y, normalmente, superficiales. Sin embargo, el empuje constante con la mirada en la meta ya conseguida por el modelo es vía directa y eficaz para el avance rápido y, a la vez, profundo.

El paso del tiempo y la limitación humana frenan el ritmo aunque el despegue haya sido espectacular. La ralentización por la rutina, por la comprobación del escaso avance respecto del deseado, por rechazo natural al esfuerzo y otras razones son efectos a los que un ejemplo atractivo y potente es capaz no sólo de neutralizar sino de aportar nueva energía. El arquetipo facilita la aceleración constante desde el interior del modelizado. Es un empuje virtual permanente muy diferente al externo del inmaduro, que sólo se mueve cuando es movido por otro.

e) Elevación

El arquetipo aporta altura a la visión, que trasciende el enfoque limitado humano. Junto a él, los planteamientos –vitales y más específicos– cobran la dimensión adecuada al funcionar como un ascensor. La perspectiva superior y global proporciona un marco adecuado para un aná-



lisis de calidad. La referencia del modelo conduce a visualizar espacios amplios, alejados del suelo y del ruido. El efecto óptico que acorta la lejanía de la meta repercute en la sensación psicológica de mayor accesibilidad. La serenidad de esta zona alta, su belleza y su paisaje generan mucho de positivo en quien se halla en aquella altura. Allí se expanden cabeza, corazón y voluntad; se inhala oxígeno puro, imprescindible para iniciar o proseguir los proyectos pactados con uno mismo.

El modelizado se limita, en los casos más reactivos, a entrar en el ascensor e indicar el piso; el resto, es función del aparato. Si no sufre avería, llegará sin contratiempo al lugar deseado sin esfuerzo ni angustia. Incluso en compañía de otros o reflexionando mientras se eleva. Sólo arriba, desde el silencio y la belleza que aportan la contemplación del ejemplar en su meta conseguida, el ser humano es capaz de visualizar con nitidez de todo lo que es capaz el potencial que le pertenece y desenmascarar sus falsas excusas. Para ello se precisa asumir un cierto riesgo, salir de lo cotidiano, separarse del suelo firme.

En los arquetipos no buscados sino descubiertos se contempla el paisaje sin haber sido consciente del ascenso. Una vez arriba, se pregunta cómo ha llegado hasta allí y repara en el ascensor. En medio de la vorágine, de las múltiples pequeñas vicisitudes de la existencia, en los momentos en que se hacen patentes las dificultades para la consecución de las metas, el ascenso rápido hacia el prototipo ofrece una vista más amplia y objetiva, más verdadera y rigurosa, más ordenada y tranquila, más luchadora y a la vez relajante, más conciliadora con uno mismo. El aire oxigenado permite la respiración honda, que regenera y recobra el ánimo. Desde esa atalaya del arquetipo el futuro observado es posibilidad con quien se sueña, se ilusiona, se elaboran planes de acción, se definen metas y medios, problemas y soluciones. Desde allá arriba se alinean las curvas que desde abajo se perciben sinuosas, se



allana lo escarpado. Todo parece más fácil desde ese punto alto gracias a la compañía del modelo.

El movimiento descendente es tan necesario como el contrario. Resulta interesante porque bajar a la realidad da ocasión de poner en práctica lo visualizado unos pisos más arriba. El desarrollo interior se negocia arriba pero culmina en el terreno de juego. Ya abajo, y quizás en desconocidos sótanos, en oscuros y cerrados espacios, siempre queda la azotea cristalina en el recuerdo y como posibilidad. Siempre se puede re-presentar, hacer presente la meta posible.

El prototipo elegido ayuda a elevarse a las altas *cumbres antropológicas* a las que todos, como personas, tienen no sólo derecho, sino deber de aspirar. La sociedad actual parece que valora en exclusiva o principalmente las *cumbres técnicas*. Existe una especie de esquizofrenia entre esos dos planos que son tan complementarios como reconciliables, tan inseparables como unitarios. Esa enfermedad se manifiesta en individuos que habitan en altos techos científicos pero cuya escasa humanidad se sitúa en recónditos subsótanos. Esto distorsiona en gran manera la integridad del ser; esa falta de homogeneidad consigo mismo le desgarrar por dentro. La postura contraria, optar por la sola antropología, es menos frecuente e igualmente desintegradora; es más difícil de darse porque un alto perfil humano exige, para que sea tal, un cierto nivel técnico-científico; en ese caso es más fácilmente reconocible el vacío. Rota en ambos casos la integridad constitutiva del ser humano, encierra mayor peligro la de bajeza antropológica combinada con la altura técnica, por su brillo y éxito a corto plazo, por la valoración que le otorga la sociedad actual. A largo, acaba en una parodia humana difícil de sostener, precisamente por la unidad que clama la persona desde su interior. De cualquier manera, ambos aspectos se encuentran íntimamente relacionados, forman parte de un todo personal que no es posible evaluar por partes inconexas. El arquetipo ayuda a que aparezcan propor-



cionados los dos ámbitos humanos y en el escalón que le corresponde a cada uno.

La infeliz y sin embargo popular expresión “esto es lo que hay” cierra puertas, inconscientemente, al *deber ser*, a objetivos altos que son irrenunciables aunque la realidad quede siempre por debajo de la superación planificada, de las aspiraciones más agresivas. Observarse a sí mismo desde un plano superior, lejos de desdoblar la mente patológicamente, coopera a una comprensión más completa y, por tanto, a un mejor desarrollo. En esa azotea fresca y renovadora que es el arquetipo, lo primero que se observa es el fin y lo último es la posición actual. La transformación que supone la elevación no es tanto en términos cronológicos como de perspectiva, de visión. Ya abajo, en el terreno de juego, voluntad y corazón ejecutan lo que, con tanta claridad se ha decidido arriba, con ayuda del arquetipo.

f) Inspiración

El arquetipo es musa por la que el modelizado siente el singular estímulo que le hace acercarse a lo que él ha conseguido. Es referencia que, lejos de imponer y agobiar, inspira la mente, la voluntad y el corazón de manera suave, agradable, casi imperceptible. Como la del escritor o el artista, esa sugerencia interior sobreviene con ímpetu cuando menos se espera. Algo en cierto punto pasivo, aunque se pueden facilitar las condiciones para que acontezca. Impregna las facultades humanas, las ideas y actuaciones, la teoría y la práctica, los fines y los medios. Estímulo edificante desde el interior hacia consecuciones óptimas.

El ejemplar pone en juego la imaginación para salir de la rueda rutinaria previsible que sólo mantiene, para adentrarse en la aventura de nuevas concepciones, empezando por uno mismo. Pero no a la deriva; con sentido y dirección determinados y animantes. Exige salir en busca



de la mejor versión propia. Dos fases son precisas de modo ineludible: imaginar y ejecutar. Es el arquetipo quien inspira la primera. Ante la imagen perfeccionada, sin propuesta explícita todavía, se inicia ya la andadura.

Educe nuevas ideas, proyectos inéditos sobre uno mismo; aparece renovado desde su interior. El panorama del océano que se abre ante el modelizado ofrece multitud de posibilidades que debe aprovechar, desde sus capas más superficiales a las más ocultas y plenas de vida. El buceo aporta afanes sanos de grandeza interior, de progreso, de maximización del potencial, del esfuerzo para un fin. Amplía las restricciones al trascender la circunscripción actual, limitada por parámetros desgastados y obsoletos. Sueño de mejoras sustanciales, de cambio de estatus, de superación personal.

Con el modelo se es capaz de descubrir perfiles nuevos y posibles sobre uno mismo. Es preciso primero definirlos en el interior para luego darles forma concreta. El objetivo así conseguido, aunque más desdibujado que el imaginado inicialmente, siempre será superior al estado inmovilista carente de toda inspiración.

g) Iluminación

El arquetipo es foco que ilumina el específico camino del modelizado. La luz da seguridad, posibilita el avance. La oscuridad, en cambio, paraliza, atemoriza y aniquila posibilidades. La luz permite descubrir caminos alternativos, matices, modos nuevos. La falta de luz hace que, teniendo realidades muy próximas, no se perciban.

El modelo es foco penetrante en:

- la inteligencia, para descubrir nuevas ideas, razonamientos convincentes y fundamentados;



- la voluntad, al aportar motivos renovados, ganas de querer;
- el corazón, al remover lo más valioso, que está escondido, de manera que surjan formas alternativas de relación más creativas.

La luz puede iluminar una gran extensión, es el caso de un referente global, o puede focalizarse en aspectos concretos que aparecen con nitidez. Se descubren, en este segundo caso, multitud de detalles que, sin el arquetipo, quedarían en la penumbra del anonimato.

La luz es símbolo de claridad, de transparencia. El individuo que cuenta con un foco potente no sucumbe ante la amenaza de oscuridad y desorden exterior; es más, puede ser un reto al dominio capaz de conseguir mejoras. El intangible interior humano contiene una fuerza que domina sobre lo material. Ideas, voluntades y corazones son los que dirigen; si, además, están animados por un ejemplar-luz, arrasan.



8. CONCLUSIONES

A quién se admira. A qué se aspira. Cuáles son los ideales que mueven. Qué referencia informa la mente. Con quién se establece comparación. Hacia dónde se apunta.

Así se iniciaba este ensayo, que pretendía la reflexión sobre los arquetipos –implícitos y explícitos– que son palanca para el desarrollo del máximo potencial que cada uno alberga. Sólo el lector que ha llegado hasta el final es capaz de contestarse a sí mismo.

El modelo ilumina y fortalece inteligencia, voluntad, corazón y memoria. Sólo quien sabe apreciar lo que de mejor –y por tanto de imitable– existe en otros es capaz de ennoblecerse ayudándose de esas siluetas discretas tan repletas de contenido.

No se trata tanto de destacar nombres propios como de ejercitar una mentalización de búsqueda y seguimiento de modelos en la vida cotidiana, rica en relaciones y experiencias. Es, como se ha intentado explicar en estas páginas, una mentalidad, un modo de reaccionar, de mirarse, de proyectar-se.

El ejemplar, fiel y silencioso acompañante, obtiene la mejor versión de uno mismo. Su fuerza radica en que en él ha sido posible: su consecución es mi posibilidad; su presente, mi futuro. Observando al prototipo, confío más en mí.



CUADERNOS EMPRESA Y HUMANISMO

En español

- | | | | |
|------|---|------|--|
| Nº1 | <i>Aspecto financiero y aspecto humano de la Empresa</i>
Vittorio Mathieu | Nº13 | <i>La empresa en la historia</i>
Agustín González Enciso |
| Nº2 | <i>La interpretación socialista del trabajo y el futuro de la Empresa</i>
Leonardo Polo | Nº14 | <i>La empresa entre la Economía y el Derecho</i>
José Antonio Doral |
| Nº3 | <i>La responsabilidad social del empresario</i>
Enrique de Sendagorta | Nº15 | <i>La empresa ante la nueva complejidad</i>
Alejandro Llano |
| Nº4 | <i>El sentido de los conflictos éticos originados por el entorno en el que opera la Empresa</i>
Juan Antonio Pérez López | Nº16 | <i>Empresa y libertad</i>
Jesús Arellano |
| Nº5 | <i>Empresa y Cultura</i>
Fernando Fernández | Nº17 | <i>¿Qué es el humanismo empresarial?</i>
Rafael Alvira |
| Nº6 | <i>Humanismo y Empresa</i>
Cruz Martínez Esteruelas | Nº18 | <i>El rendimiento social de la Empresa</i>
Jose M. Basagoiti |
| Nº7 | <i>Moralidad y eficiencia: líneas fundamentales de la ética económica</i>
Peter Koslowski | Nº19 | <i>Elementos configuradores de la actual valoración del trabajo</i>
Tomás Melendo |
| Nº8 | <i>La estrategia social de la empresa</i>
Manuel Herrán Romero-Girón | Nº20 | <i>Dirección y sistemas de mando</i>
Manuel López Merino |
| Nº9 | <i>El trabajo directivo y el trabajo operativo en la empresa</i>
Carlos Llano | Nº21 | <i>La índole personal del trabajo humano</i>
Tomás Melendo |
| Nº10 | <i>El altruísmo en la empresa</i>
George Gilder | Nº22 | <i>La revolución social del management</i>
Tomás Calleja |
| Nº11 | <i>Ricos y pobres. Igualdad y desigualdad</i>
Leonardo Polo | Nº23 | <i>Indicadores de la madurez de la personalidad</i>
Enrique Rojas |
| Nº12 | <i>El utilitarismo en la ética empresarial</i>
Joan Fontrodona | Nº24 | <i>Empresa y sistemas de cooperación social</i>
Ignacio Miralbell |
| | | Nº25 | <i>Humanismo para la dirección</i>
Miguel Bastons |



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

- | | | | |
|-------|---|-------|---|
| Nº26 | <i>Actualidad del humanismo empresarial</i>
Alejandro Llano | Nº 40 | <i>Máximo Beneficio y Máxima Racionalidad</i>
José María Ortiz |
| Nº27 | <i>Notas sobre la cultura empresarial</i>
Rafael Gómez Pérez | Nº 41 | <i>La inserción de la Persona en la Empresa</i>
Armando Segura |
| Nº28 | <i>La importancia de la dinámica política para el directivo</i>
Manuel Alcaide Castro | Nº 42 | <i>Humanismo pericial</i>
Higinio Marín |
| Nº29 | <i>El poder...¿Para qué?</i>
Juan Antonio Pérez López | Nº 43 | <i>Dimensión humanista de la energía</i>
Tomás Calleja |
| Nº30 | <i>La empresa y el ambiente socio-político en el umbral del nuevo siglo</i>
Daniel Bell | Nº 44 | <i>La empresa entre lo privado y lo público</i>
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría |
| Nº31 | <i>La gestión del cambio en la empresa</i>
Juan A. Díaz Alvarez | Nº 45 | <i>Competitividad y cooperación como valores institucionales de la empresa</i>
Santiago García Echevarría |
| Nº32 | <i>Hacia un mundo más humano</i>
Leonardo Polo | Nº 46 | <i>Filosofía de la economía I - Metodología de la ciencia económica</i>
Alejo J. Sison |
| Nº33 | <i>Estudio histórico sistemático del humanismo</i>
Higinio Marín | Nº 47 | <i>La lógica del directivo: el control necesario y la confianza imposible</i>
Pablo García Ruiz |
| Nº34 | <i>Humanismo estamental</i>
Higinio Marín | Nº 48 | <i>La 'revolución' institucional de la empresa. El reto al directivo y a los recursos humanos</i>
Santiago García Echevarría |
| Nº35 | <i>Consideraciones sobre el activo humano de la empresa</i>
Tomás Calleja | Nº 49 | <i>Filosofía de la economía II- El ámbito austrogermánico</i>
Alejo J. Sison |
| Nº36 | <i>Ser el mejor. Hacer que otros también lo sean</i>
(Sólo para empresarios)
José María Ortiz | Nº 50 | <i>Valores éticos de la empresa</i>
Juan Cruz |
| Nº 37 | <i>La Etica de la Sociedad de Consumo</i>
Antonio Argandoña | Nº 51 | <i>La empresa virtuosa</i>
José María Ortiz |
| Nº 38 | <i>Hacia una Economía Política Humanista</i>
Ludwig Erhard | | |
| Nº 39 | <i>Las referencias sociales de la empresa</i>
Tomás Calleja | | |



- Nº 52 *Las decisiones en la empresa: cálculo y creatividad*
Miguel Bastons
- Nº 53 *Filosofía de la Economía III. Los fundamentos antropológicos de la actividad económica*
Alejo J. Sison
- Nº 54 *La familia: un imperativo para la empresa*
Ramón Ibarra
- Nº 55 *Variaciones sobre una crisis*
Tomás Calleja
- Nº 56 *Pobreza, productividad y precios*
Paolo Savona
- Nº 57 *Lo común y lo específico de la crisis moral actual*
Rafael Alvira
- Nº 58 *La ética empresarial: una aproximación al fenómeno*
Manuel Guillén
- Nº 59 *La dimensión política de la economía*
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría
- Nº 60 *Sobre la cooperación competitiva*
Ana Fernández y Carmelo Lacaci
- Nº 61 *Organizaciones inteligentes en la sociedad del conocimiento*
Alejandro Llano
- Nº 62 *La economía social de mercado de Ludwig Edhard y el futuro del estado de bienestar*
Ana Fernández y Carmelo Lacaci
- Nº 63 *La persona humana en la empresa de fin de siglo*
Carlos Llano
- Nº 64 *Estado, sociedad civil y empresa*
Tomás Calleja
- Nº 65 *Sobre la confianza*
Richard Brisebois
- Nº 66 *El protagonismo social de la empresa*
Tomás Calleja
- Nº 67 *Dimensiones estéticas de la empresa*
Rafael Alvira
- Nº 68 *La empresa como realidad estética*
Ana Fernández
- Nº 69 *De la estética a la ética de la comunicación interna*
Iñaki Vélaz
- Nº 70 *La respuesta empresarial a una nueva dinámica del empleo: ¿Eficiencia económica versus eficiencia social en clave ética?*
Santiago García Echevarría
- Nº 71 *La Profesión: Enclave ético de la moderna sociedad diferenciada*
Fernando Múgica
- Nº 72 *El Empresario servidor - líder*
Enrique de Sendagorta
- Nº 73 *Peter Drucker (I): Hacia una biografía intelectual*
Guido Stein
- Nº 74 *Peter Drucker (II): Sobre Empresa y Sociedad*
Guido Stein
- Nº 75 *La literatura anglo-americana de la propiedad*
Alejo José Sison
- Nº 76 *La empresa como sujeto de las relaciones internacionales*
Javier Herrero



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

- | | | | |
|-------|---|-------|--|
| Nº 77 | <i>Clima y cultura empresarial</i>
Iñaki Vélaz | Nº 88 | <i>Los orígenes de la Teoría de la Empresa</i>
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría |
| Nº 78 | <i>Valores burgueses y valores aristocráticos en el capitalismo moderno: una reflexión histórica</i>
Agustín González Enciso | Nº 89 | <i>Un modelo para comprender la empresarialidad</i>
Eduardo García Erquiaga |
| Nº 79 | <i>Hacia una nueva teoría de la empresa</i>
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría | Nº 90 | <i>Dirección de empresas en la economía del conocimiento</i>
Marta Mas, Alfons Corrales e Iñaki Vélaz |
| Nº 80 | <i>Los pliegos ocultos de las relaciones en la empresa</i>
Tomás Calleja | Nº 91 | <i>El autocontrol de la gestión en organizaciones públicas</i>
Omar Urrea Romero |
| Nº 81 | <i>La empresa entre el psicologismo y el conductismo</i>
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría | Nº 92 | <i>Los contratos son lo que son</i>
José Antonio Doral |
| Nº 82 | <i>La tercera vía en Wilhelm Röpke</i>
Jerónimo Molina Castro | Nº 93 | <i>Introducción al octógono</i>
Manuel Alcázar García |
| Nº 83 | <i>Teorías de la empresa y crisis de la modernidad</i>
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría | Nº 94 | <i>Consensualismo y gobierno político</i>
María Alejandra Vanney |
| Nº 84 | <i>Adam Smith: Interés particular y bien común</i>
Raquel Lázaro Cantero | Nº 95 | <i>La relación entre Política y Ética en Charles Péguy</i>
Antoinette Kankindi |
| Nº 85 | <i>Violencia y modelos sociales. Una visión humanista</i>
Tomás Calleja Canelas | Nº 96 | <i>Las Racionalidades de la Economía</i>
Ricardo F. Crespo |
| Nº 86 | <i>El estado y la teoría económica. Ideas prospectivas del papel del estado en la economía</i>
Ángel Rodríguez García-Brazales y Óscar Vara Crespo | Nº 97 | <i>Una biografía intelectual de Alasdair Macintyre</i>
Juan González Pérez |
| Nº 87 | <i>Visiones racionalistas y románticas de la empresa</i>
Miguel Alfonso Martínez-Echevarría | Nº 98 | <i>La China Sung. Un ensayo de modernidad en el año mil</i>
Alberto Serna |
| | | Nº 99 | <i>Las Organizaciones Primarias y las Empresas. Primera Sección</i>
Leonardo Polo |



Nº 100 *Las Organizaciones Primarias y las Empresas. Segunda Sección*
Leonardo Polo

Nº 101 *Políticas de Humanismo ausente*
Tomás Calleja

Nº 102 *Modelos de Familia*
José Javier Castiella

Nº 103 *Imaginación y Economía*
Gonzalo Carrión

Nº 104 *Max Weber y la Unión Europea*
Pablo Otegui

Nº 105 *Beijing 2008: Luces y sombras en la China emergente*
Alberto Serna

En inglés

Nº9 *Managerial work and operative work within enterprise*

Carlos Llano

Nº10 *The altruism of enterprise*

George Gilder

Nº15 *Business and the new complexity*

Alejandro Llano

Nº17 *Enterprise and Humanism*

Rafael Alvira

Nº22 *The social revolution of management*

Tomás Calleja

Nº30 *The socio-political environment that enterprise may face*

Daniel Bell



ARQUETIPOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL
EL MAGNETISMO DE LA EJEMPLARIDAD

Sol Quesada

